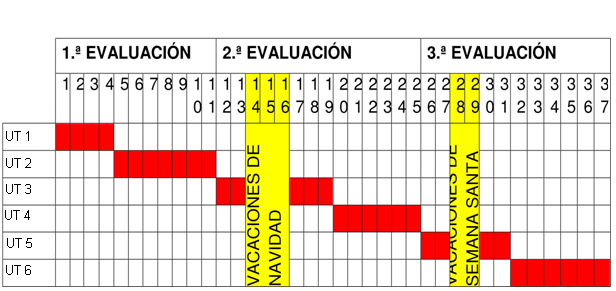
|  |
| --- |
| **OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO** |

* Reconocer las normas de cortesía y las situaciones profesionales en las que son aplicables para atender al cliente.
* Atender al cliente, utilizando las normas de cortesía y demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades.
* Comparar y seleccionar recursos y ofertas formativas existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida para adaptarse a las nuevas situaciones laborales y personales.
* Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
* Desarrollar trabajos en equipo, asumiendo sus deberes, respetando a los demás y cooperando con ellos, actuando con tolerancia y respeto para la realización eficaz de las tareas y como medio de desarrollo personal.
* Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para informarse, comunicarse, aprender y facilitarse las tareas laborales.
* Relacionar los riesgos laborales y ambientales con la actividad laboral con el propósito de utilizar las medidas preventivas correspondientes para la protección personal, evitando daños a las demás personas y en el medio ambiente.
* Desarrollar las técnicas de su actividad profesional asegurando la eficacia y la calidad en su trabajo, proponiendo, si procede, mejoras en las actividades de trabajo.
* Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
* Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral, utilizando las ofertas formativas a su alcance y localizando los recursos mediante las tecnologías de la información y la comunicación.
* Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia en el trabajo asignado y efectuándolo de forma individual o como miembro de un equipo.
* Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en su ámbito de trabajo, contribuyendo a la calidad del trabajo realizado.
* Asumir y cumplir las medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral en la realización de las actividades laborales evitando daños personales, laborales y ambientales.
* Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
* Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad profesional.
* Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

|  |
| --- |
| **CONTENIDOS** |

**TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS**



**DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS**

## UNIDAD 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

#### 1. Proceso de comunicación

1.1. Agentes y elementos que intervienen en el proceso de comunicación

1.1.1. Estrategias y pautas para una comunicación efectiva

1.1.2. Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación

#### 2. Canales de comunicación con el cliente

2.1. Barreras y dificultades comunicativas: internas, externas y fisiológicas

#### 3. Comunicación verbal

#### 3.1. Concepto

#### 3.2. Componentes

#### 3.3. Emisión y recepción de mensajes orales

#### 3.4. Uso del lenguaje técnico en la atención al cliente

#### 3.5. Técnicas para hablar en público correctamente

#### 4. Motivación, frustración y mecanismos de defensa 5. Comunicación no verbal

5.1. Concepto

5.2. Componentes

5.3. La imagen personal

6. Empatía y receptividad

UNIDAD 2. VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

#### 1. El vendedor profesional

#### 1.1. Concepto y funciones

#### 1.2. Tipos de vendedor

#### 1.3. El perfil del vendedor profesional

#### 1.3.1. Actitudes personales

#### 1.3.2. Conocimientos del vendedor

#### 1.3.3. Cualidades y aptitudes para la venta

#### 2. Actuación del vendedor profesional

#### 2.1. Modelos de actuación: estilos de comunicación

#### 2.1.1. Tipos

#### 2.2. Relación con los clientes

#### 2.2.1. Factores que afectan a la relación vendedor-cliente

#### 2.2.2. Reglas para lograr un buen servicio de atención al cliente

#### 3. Exposición de las cualidades de los productos y servicios

#### 3.1. La presentación de productos y servicios

#### 3.1.1. Concepto

#### 3.1.2. Tipos de presentación

#### 3.1.3. Aplicaciones de presentación

#### 3.2. Demostración de los productos

#### 3.2.1. Concepto

#### 3.2.2. Tipos de demostración

#### 3.2.3. Demostraciones ante un pequeño y un gran número de interlocutores

#### 3.2.4. Ventajas e inconvenientes de la demostración

#### 3.2.5. Diferencias entre información y publicidad

## UNIDAD 3. LA VENTA Y SU DESARROLLO

#### 1. Técnicas de venta

#### 1.1. Concepto

#### 1.2. Características generales de las técnicas de venta

#### 1.3. Tipos de técnicas de venta

#### 2. Preparación de la venta

#### 2.1. Tareas incluidas en la preparación de la venta

#### 3. Proceso de venta

#### 3.1. Concepto

#### 3.2. Fases

#### 4. Servicios posventa

#### 4.1. Tipos de posventa

#### 4.1.1. Servicios posventa en relación con los productos

#### 4.1.2. Servicios posventa a los clientes

5. Aspectos relevantes de la Ley de Ordenación de Comercio Minorista

## UNIDAD 4. INFORMACIÓN AL CLIENTE (I)

#### 1. Tipología de clientes y su relación con el servicio de atención al cliente

#### 1.1. El cliente 2.0

#### 1.2. Los tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio

#### 1.3. La presentación de servicio de atención al cliente

#### 2. Roles, funciones y objetivos del profesional de ventas

#### 2.1. Funciones y objetivos del profesional de ventas

#### 2.2. Roles del vendedor. Relación cliente-profesional

UNIDAD 5. INFORMACIÓN AL CLIENTE (II)

1. Las necesidades y los gustos del cliente

1.1. Criterios de satisfacción de necesidades

1.1.1. Estímulos externos

1.1.2. Factores internos

2. La fidelización del cliente

2.1. Ventajas de la fidelización de clientes

2.2. Programas de fidelización de clientes

2.2.1. Nuevas tendencias en los programas de fidelización

3. Las objeciones de los clientes y su tratamiento

3.1. Técnicas para el tratamiento de las objeciones

4. Las nuevas tecnologías en la información al cliente

## UNIDAD 6. TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES

## 1. Reclamaciones y quejas

## 1.1. Definición y diferencias

## 2. Técnicas utilizadas en la gestión de reclamaciones

## 3. Gestión de quejas y reclamaciones

## 3.1. Características del proceso de negociación

## 3.1.1. Perfiles de clientes, consumidores y usuarios en las quejas en las quejas y reclamaciones

## 3.1.2. Elementos formales de una reclamación

## 3.1.3. Departamento gestor

## 3.2. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones y quejas

## 4. Proceso de reclamación

## 4.1. Trámites y documentación

## 5. Documentación y pruebas en una reclamación

## 5.1. Hojas de reclamación

## 5.2. Cumplimentación

## 5.3. Plazo

## 6. Utilización de herramientas informáticas en la gestión de reclamaciones

## 7. Normativa legal en materia de protección de datos

## 8. Protección del consumidor y usuario

|  |
| --- |
| **RESULTADOS DE APRENDIZAJES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN** |

|  |  |
| --- | --- |
| **RESULTADOS DE APRENDIZAJE/CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **%** |
| **RA1: Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación.** | **25** |
| a) Se ha analizado el comportamiento del posible cliente. | 3 |
| b) Se han adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. | 3 |
| c) Se ha obtenido la información necesaria del posible cliente. | 3 |
| d) Se ha favorecido la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma. | 3 |
| * 1. e) Se ha mantenido una conversación, utilizando las fórmulas, léxico comercial y nexos de comunicación (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir a alguien que repita y otros). | 3 |
| f) Se ha dado respuesta a una pregunta de fácil solución, utilizando el léxico comercial adecuado. | 2 |
| g) Se ha expresado un tema prefijado de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores. | 3 |
| * 1. h) Se ha mantenido una actitud conciliadora y sensible a los demás, demostrando cordialidad y amabilidad en el trato. | 3 |
| i) Se ha trasmitido información con claridad, de manera ordenada, estructura clara y precisa. | 2 |
| **RA2: Comunica al posible cliente las diferentes posibilidades del servicio, justificándolas desde el punto de vista técnico.** | **25** |
| * 1. a) Se han analizado las diferentes tipologías de público. | 3 |
| * 1. b) Se han diferenciado clientes de proveedores, y éstos del público en general. | 3 |
| * 1. c) Se ha reconocido la terminología básica de comunicación comercial. | 3 |
| * 1. d) Se ha diferenciado entre información y publicidad. | 3 |
| * 1. e) Se han adecuado las respuestas en función de las preguntas del público. | 4 |
| * 1. f) Se ha informado al cliente de las características del servicio, especialmente de las calidades esperables. | 3 |
| g) Se ha asesorado al cliente sobre la opción más recomendable, cuando existen varias posibilidades, informándole de las características y acabados previsibles de cada una de ellas. | 3 |
| h) Se ha solicitado al cliente que comunique la elección de la opción elegida. | 3 |
| **RA3: Informa al probable cliente del servicio realizado, justificando las operaciones ejecutadas.** | **25** |
| a) Se ha hecho entrega al cliente de los artículos procesados, informando de los servicios realizados en los artículos. | 3 |
| b) Se han transmitido al cliente, de modo oportuno, las operaciones a llevar a cabo en los artículos entregados y los tiempos previstos para ello. | 3 |
| c) Se han identificado los documentos de entrega asociados al servicio o producto. | 3 |
| * 1. d) Se ha recogido la conformidad del cliente con el acabado obtenido, tomando nota, en caso contrario, de sus objeciones, de modo adecuado. | 3 |
| 1. e) Se ha valorado la pulcritud y corrección, tanto en el vestir como en la imagen corporal, elementos clave en la atención al cliente. | 4 |
| 1. f) Se ha mantenido en todo momento el respeto hacia el cliente | 3 |
| 1. g) Se ha intentado la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo. | 3 |
| 1. h) Se ha definido periodo de garantía y las obligaciones legales aparejadas. | 3 |
| 1. **RA4: Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.** | **25** |
| a) Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable. | 4 |
| 1. b) Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones. | 4 |
| c) Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si éste fuera el caso. | 4 |
| d) Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación. | 4 |
| e) Se ha cumplimentado una hoja de reclamación | 4 |
| 1. f) Se ha compartido información con el equipo de trabajo. | 5 |