



**Atención al cliente**

---

## Atención al cliente

**Duración:** 20 horas

**Precio:** euros

**Modalidad:** e-learning

### Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

## Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

## Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

## Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:



### Requisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

### Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

### Programa del curso:

1. Calidad y servicio
  - 1.1. La calidad
  - 1.2. El servicio
2. Impacto de la calidad en el servicio
  - 2.1. Impacto de la calidad en el servicio
3. Factores diferenciales de las empresas de servicios
  - 3.1. Dificultades para gestionar la calidad del servicio
  - 3.2. costo y falta de calidad

- 
- 3.3. La gestión de la calidad del servicio
  - 4. Estrategias de servicios
    - 4.1. Estrategias de servicio
    - 4.2. Competencia en precios o en diferencias
  - 5. Tipos de estrategias de servicios
    - 5.1. Estrategias de servicio para productos
    - 5.2. Estrategias de servicio para servicios
  - 6. La comunicación del servicio
    - 6.1. La comunicación
    - 6.2. Amoldarse a las expectativas del cliente
    - 6.3. En materia de servicio, todo es comunicación
    - 6.4. Motivar al personal
  - 7. Normas de calidad en el servicio
    - 7.1. Introducción
    - 7.2. Formación del personal
    - 7.3. Prestar un servicio orientado al cliente
  - 8. A la conquista del cero defectos
    - 8.1. Hacerlo bien a la primera
    - 8.2. Caza de errores
  - 9. Medir la satisfacción del cliente
    - 9.1. Valor para el cliente
    - 9.2. Satisfacción del consumidor
    - 9.3. Procedimientos para medir la satisfacci