

CR5.2 Las conversaciones informales de diversa índole tratando experiencias personales, emociones, intereses, acontecimientos de actualidad y otros, se desarrollan con fluidez favoreciendo la interacción con el interlocutor invitándole a participar y amenizando la conversación.

CR5.3 En contextos profesionales de reclamaciones, se interactúa con el cliente o consumidor con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, confirmando y contrastando la información e improvisando preguntas sobre los aspectos necesarios.

CR5.4 El lenguaje corporal y comunicación no verbal se adecua a las condiciones socioculturales del cliente o consumidor en las comunicaciones orales presenciales, asegurando la recepción e interpretación adecuada de los mensajes.

Contexto profesional

Medios de producción

Redes locales, *intranet* e *Internet*. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas de entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Material y mobiliario de tienda.

Productos y resultados

Comunicaciones en inglés con clientes. Venta de productos/servicios. Documentación comercial básica en inglés. Complimentación de hojas de reclamación en inglés. Resolución de quejas con consumidores angloparlantes. Adecuación sociolingüística de conversaciones en inglés con clientes o consumidores.

Información utilizada o generada

Documentación comercial. Argumentarios de venta en inglés. Hojas de reclamaciones. Manuales en lengua inglesa de: correspondencia, gramática, usos y expresiones. Diccionarios bilingües, de sinónimos y antónimos.

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

Código: MF0241_2

Nivel de cualificación profesional: 2

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

Duración: 120 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

Código: UF0036

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3 en relación a la caracterización del servicio de atención y obtención de información para medir la calidad y satisfacción del cliente.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada.

CE1.1 Identificar el concepto de imagen de la empresa.

CE1.2 Identificar diferentes tipos de organigramas que se utilizan en función de los objetivos y características de la empresa / organización.

CE1.3 A partir de las características analizadas de una empresa y unos criterios definidos previamente por la misma, proceder a confeccionar el organigrama más adecuado para la empresa/organización.

CE1.4 Describir las funciones del departamento de atención al cliente en diferentes tipos de empresas/organizaciones y su función en el proceso de calidad.

CE1.5 A partir de las características de una empresa relacionadas con su clientela, proveedores, posicionamiento y otros aspectos.: distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.

C2: Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.

CE2.1 Describir incidencias más comunes que pueden originarse en la prestación del servicio de una empresa/organización.

CE2.2 Describir métodos utilizados habitualmente para evaluar la calidad del servicio prestado por una empresa / organización.

CE2.3 Identificar condiciones idóneas de la prestación del servicio de la empresa/organización.

CE2.4 Identificar procedimientos de transmisión de información dentro de la empresa/organización.

CE2.5 A partir de unos datos de clientes y unas necesidades definidas:

– Analizar y sintetizar la información suministrada.

– Confeccionar un informe, de acuerdo a una estructura definida, y de manera que la presentación sea clara, ordenada en su exposición y concisa.

CE2.6 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado donde se produce un fallo en el producto y/o servicio:

– Identificar el departamento /persona responsable de dar solución a la situación creada en el caso de superar sus límites de actuación.

– Elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara la situación detectada, conclusiones y alternativas que puedan suponer una mejora utilizando las herramientas de gestión e informáticas disponibles en la empresa.

Contenidos

1. Procesos de atención al cliente/consumidor/usuario

– Concepto y características de la función de atención al cliente:

- Empresas fabricantes.
- Empresas distribuidoras.
- Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
- El defensor del cliente: pautas y tendencias.

- Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
 - Organización funcional de las empresas: Organigrama
 - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
 - Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
 - Naturaleza.
 - Efectos.
 - Normativa: productos y ámbitos regulados.
 - El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
 - Marketing relacional.
 - Relaciones con clientes.
 - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
 - Obtención y recogida de información del cliente.
 - Variables que influyen en la atención al cliente:
 - Posicionamiento e imagen.
 - Relaciones públicas.
 - La información suministrada por el cliente.
 - Análisis comparativo.
 - Naturaleza de la información.
 - Cuestionarios.
 - Satisfacción del cliente.
 - Averías.
 - Reclamaciones.
 - Documentación implicada en la atención al cliente.
 - Servicio Postventa.
- 2. Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario**
- Procesos de calidad en la empresa.
 - Concepto y características de la calidad de servicio.
 - Importancia.
 - Objeto.
 - Calidad y satisfacción del cliente.
 - Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
 - Elementos de control.
 - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
 - Medidas correctoras.
- 3. Aspectos legales en relación con la atención al cliente/consumidor/usuario**
- Ordenación del Comercio Minorista:
 - Contenido
 - Implicaciones en la atención a clientes.
 - Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
 - Contenido.
 - Implicaciones.
 - Protección de Datos:
 - Contenido
 - Implicaciones en las relaciones con clientes.
 - Protección al consumidor:
 - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
 - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/USUARIO

Código: UF0037

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP3 en relación a la aplicación de sistemas de comunicación y gestión en las relaciones y atención al cliente/consumidor/usuario.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento al cliente.

CE1.1 Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

CE1.2 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

CE1.3 Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

CE1.4 Relacionar los errores más habituales que se cometen en la comunicación no verbal.

CE1.5 Describir la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

CE1.6 A partir de la simulación de una situación de atención al cliente, convenientemente caracterizada:

- Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente.
- Adaptar adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

CE1.7 A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:

- Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo/empresa de forma clara y concisa en función de su finalidad.

CE1.8 Dado un tema concreto para exponer:

- Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores

CE1.9 En una supuesta conversación telefónica con un cliente, convenientemente caracterizada:

- Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.
- Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
- Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.

CE1.10 En una supuesta consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente se procede a contestar por este medio:

- Identificarse e identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
- Adaptar su actitud a la consulta recibida, teniendo en cuenta la situación de la que se parte.
Favorecer la comunicación escrita con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas para la correcta contestación de la consulta practicada.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.

C2: Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas.

CE2.1 Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.

CE2.2 Explicar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa/organización.

CE2.3 A partir de datos e información proporcionada aplicar las técnicas de archivo manuales más utilizadas.

CE2.4 A partir de un supuesto práctico y mediante la aplicación de un programa informático para el tratamiento y organización de la información utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

CE2.5 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado registrar las incidencias, respuestas y reclamaciones producidas utilizando las herramientas manuales o informáticas proporcionadas.

CE2.6 Diseñar un documento de recogida de información suministrada por los clientes en su relación con una empresa tipo.

C3: Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

CE3.1 Identificar y explicar la función de una base de datos.

CE3.2 Dado un supuesto, identificar los campos que serían necesarios contemplar en una base de datos.

CE3.3 Identificar los aspectos principales en los que inciden, la legislación vigente en relación con la organización de datos de carácter personal (Ley Orgánica de Protección de Datos LOPD, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información LSSI).

CE3.4 Acceder a la información almacenada a través de los procedimientos definidos.

CE3.5 A partir de supuestos prácticos, convenientemente definidos:

- Diseñar una base de datos/ formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con información de clientes.
- Registrar información en la base de datos utilizando las funciones, procedimientos y herramientas que están a disposición del usuario.
- Cumplimentar formularios.
- Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática.

CE3.6 Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

Contenidos

1. **Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor/usuario**
 - Información del cliente:
 - Quejas.
 - Reclamaciones.
 - Cuestionarios de satisfacción.
 - Archivo y registro de la información del cliente:
 - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
 - Elaboración de ficheros.
 - Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
 - Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
 - Estructura y funciones de una base de datos.
 - Tipos de bases de datos.
 - Bases de datos documentales.
 - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - Grabación, modificación y borrado de información.
 - Consulta de información.
 - Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
 - Procedimientos de protección de datos.
 - Confección y presentación de informes.

2. **Técnicas de comunicación a clientes/consumidores/usuarios**
 - Modelo de comunicación interpersonal:
 - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
 - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
 - Comunicación presencial y no presencial.
 - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
 - Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
 - Expresión verbal:
 - Calidad de la información.
 - Formas de presentación.
 - Expresión oral: dicción y entonación.
 - Comunicación no verbal
 - Comunicación corporal.
 - Empatía y asertividad:
 - Principios básicos
 - Escucha activa.
 - Comunicación no presencial:
 - Características y tipología.
 - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.
 - Expresión verbal a través del teléfono.
 - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
 - Reglas de la comunicación telefónica.
 - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
 - Comunicación escrita:
 - Cartas.
 - Faxes.
 - Correo electrónico: elementos clave.
 - Mensajería instantánea: características.
 - Comunicación en las redes (*Intranet/Internet*).