



Certificado de Aprovechamiento

Otorgado a Luis Miguel Larriba Flores

Por su participación en el curso

Atención al Cliente

Realizado en el marco del Subsistema de Formación Profesional para el empleo (Convocatoria 2008), financiado por el Servicio Regional de Empleo, Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid y cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y organizado por la Federación de Servicios Financieros y Administrativos de Comisiones Obreras.

Lugar de Celebración: **Madrid** Fechas: 30/07/2009 al 30/11/2009

Duración total 258 horas, en modalidad Distancia (Presenciales: Distancia: 258).

Nº Expediente: CFS0152008 Nº Acción: 006 Nº Grupo: 001

Francisco José López Sánchez
Secretario General de COMFIA-CC.OO. Madrid

CONTENIDOS:

PARTE I: LA ATENCIÓN AL CLIENTE

U.D. 1. PREPARÁNDOSE.

- 1.1. ¿Por qué preocuparse?
- 1.2. ¿Quiénes son tus clientes?
- 1.3. ¿Qué es importante conocer?
- 1.4. Dar una buena impresión.

U.D. 2. EL TRATAMIENTO ADECUADO

- 2.1. ¿Qué es atención al cliente?
- 2.2. ¿Sabes atender al cliente?
- 2.3. Casos particulares:

U.D. 3. DESAFÍOS

- 3.1. Situaciones difíciles.
- 3.2. Simulaciones.

PARTE II: COMUNICACIÓN EFICAZ Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

U.D. 1. FUNDAMENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1.1. La atención al cliente.
- 1.2. La percepción del cliente.
- 1.3. Las necesidades del cliente.

U.D. 2. DESARROLLAR TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 2.1. El servicio como sinónimo de calidad.
- 2.2. La actitud de servicio.
- 2.3. Técnicas para mostrar una atención adicional a los clientes.
- 2.4. Preparación del servicio de atención al cliente de calidad.
- 2.5. Atención telefónica y calidad de servicio.

U.D. 3. RESPONDER A LOS CLIENTES.

- 3.1. Las preguntas.
- 3.2. El lenguaje con el cliente.
- 3.3. Proceso de siete pasos para proporcionar un servicio de calidad al cliente.
- 3.4. La capacidad de escucha.

U.D. 4. RESOLVER LOS PROBLEMAS DE LOS CLIENTES.

- 4.1. Importancia de resolver los problemas de los clientes.
- 4.2. Las reclamaciones de los clientes.
- 4.3. Situaciones conflictivas.
- 4.4. Errores más frecuentes a la hora de resolver los problemas de los clientes.

U.D. 5. IMPORTANCIA DE UNA COMUNICACIÓN CLARA.

- 5.1. Importancia de comunicarse eficazmente con los clientes.
- 5.2. Factores que ocasionan fallos en la comunicación.

- 5.3. Mejorar las capacidades de escucha.

U.D. 6. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

- 6.1. El uso de la voz.
- 6.2. Directrices para comunicarse claramente con los clientes.
- 6.3. Siete acciones para una comunicación eficaz con los clientes.
- 6.4. Formas de la comunicación:
- 6.5. Actitudes que favorecen la relación interpersonal.

U.D. 7. HABILIDADES TELEFÓNICAS.

- 7.1. La imagen telefónica:
- 7.2. La atención telefónica:
- 7.3. La atención telefónica:
- 7.4. Uso de mensajes de correo de voz:
- 7.5. Proyectar una imagen positiva siguiendo tres directrices.
- 7.6. Servicio de atención al cliente de calidad siguiendo un proceso en tres pasos.

U.D. 8. USO ADECUADO DEL CORREO ELECTRÓNICO.

- 8.1. El correo electrónico.
- 8.2. Redacción de mensajes.
- 8.3. Recepción y envío de mensajes.
- 8.4. Enviar archivos adjuntos a mensajes de correo electrónico.
- 8.5. Ventajas de utilizar la línea de asunto al enviar mensajes de correo electrónico.

MÓDULO I: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACION

CAPITULO I: INTRODUCCION A LA TECNOLOGIA DE LA INFORMACION

U.D. 1. DESCRIPCIÓN DE UN ORDENADOR PERSONAL.

U.D. 2. SISTEMA OPERATIVO.

U.D. 3. PERIFÉRICOS.

U.D. 4. CONCEPTO Y TIPOS DE FICHEROS.

U.D. 5. DESCRIPCIÓN DE PROGRAMAS Y APLICACIONES DE OFIMÁTICA.

U.D. 6. DEL ORDENADOR PERSONAL A SISTEMAS MULTIUSUARIO.

CAPITULO II: LA TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION

U.D. 1. INTRODUCCIÓN AL TRABAJO CON EL ORDENADOR.

U.D. 2. INTRODUCCIÓN A INTERNET.

U.D. 3. ACCESO A INTERNET.

U.D. 4. EL CORREO ELECTRÓNICO (E-MAIL).

U.D. 5. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN INTERNET.

MÓDULO II: SENSIBILIZACIÓN EN MEDIO AMBIENTE

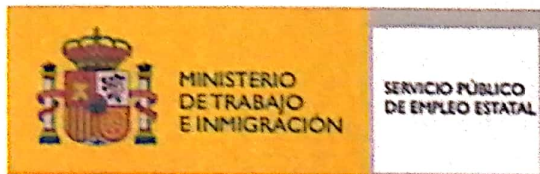
U.D. 1. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN LA EMPRESA.

U.D. 2. LA NORMATIVA ISO 14000.

U.D. 3. POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.

U.D. 4. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.

U.D. 5. AUDITORÍAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.



Servicio Regional de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO, MUJER
E INMIGRACION
Comunidad de Madrid



Certificado de Aprovechamiento

Otorgado a **LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES (NIF:50553401E)**

Por su participación en el curso : **COMUNICACIÓN EFICAZ Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

Expediente: **CFS073/2010 – Acción: 015– Grupo: 001**

Dentro de las convocatorias de ayuda a la Formación Continua desarrolladas en el marco de los Contratos Programa de Ámbito Regional (Servicio Regional de Empleo de la Comunidad de Madrid) de la Convocatoria del año 2010, cofinanciados por el Fondo Social Europeo.

Lugar de celebración: **Madrid** Fecha: **Del 05/07/2011 a 14/09/2011**

Duración total: **60** horas, en modalidad: **Distancia**


Pedro Luis Hurtado Gómez 
federación de servicios a la ciudadanía
Secretaría de Formación
para el Empleo

Secretario de Formación de FSC-CC.OO. de Madrid-Región.

UNIDAD DIDACTICA 1: FUNDAMENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

1.1. La atención al cliente. 1.1.1. Concepto. 1.1.2. Importancia. 1.2. La percepción del cliente. 1.2.1. Percepción del servicio. 1.2.2. Evaluación del servicio. 1.2.3. El acrónimo SIRVE. 1.3. Las necesidades del cliente. 1.3.1. Aspectos teóricos: teorías de las necesidades. 1.3.2. Tipología de clientes. 1.3.3. Detección de las necesidades del cliente. 1.3.4. Satisfacción del cliente. 1.3.5. Gestión de las expectativas del cliente.

UNIDAD DIDACTICA 2. DESARROLLAR TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

2.1. El servicio como sinónimo de calidad. 2.1.1. Atributos de la calidad de servicio. 2.1.2. Excelencia en el servicio. 2.2. La actitud de servicio. 2.2.1. Componentes de la actitud de servicio. 2.3. Técnicas para mostrar una atención adicional a los clientes. 2.3.1. Personalizando el servicio. 2.3.2. Completando el servicio. 2.4. Preparación del servicio de atención al cliente de calidad. 2.4.1. Fases. 2.4.2. Desarrollo. 2.5. Atención telefónica y calidad de servicio. 2.5.1. Atención telefónica. 2.5.2. Contestar al teléfono: 2.5.3. Llamar por teléfono. 2.5.4. Actitud en la entrevista telefónica. 2.5.5. El lenguaje en la entrevista telefónica.

UNIDAD DIDACTICA 3: RESPONDER A LOS CLIENTES.

3.1. Las preguntas. 3.1.1. Tipos de preguntas. 3.1.2. La técnica de las preguntas. 3.1.3. Tipos de preguntas para obtener información. 3.2. El lenguaje con el cliente. 3.2.1. Contestando las preguntas del cliente. 3.2.2. Recomendaciones. 3.3. Proceso de siete pasos para proporcionar un servicio de calidad al cliente. 3.4. La capacidad de escucha. 3.4.1. Técnicas para mejorar las capacidades de escucha. 3.4.1.1. La escucha activa. 3.4.1.2. La empatía. 3.4.1.3. Comprobación de la comprensión. 3.4.1.4. Reformulación.

UNIDAD DIDACTICA 4: RESOLVER LOS PROBLEMAS DE LOS CLIENTES.

4.1. Importancia de resolver los problemas de los clientes. 4.1.1. Detectar los problemas de los clientes. 4.1.2. Resolver los problemas de los clientes de forma eficaz. 4.1.2.1. Fases. 4.1.2.2. Proceso. 4.2. Las reclamaciones de los clientes. 4.2.1. Tratamiento de las reclamaciones de los clientes. 4.2.2. Aprovechar las reclamaciones de los clientes. 4.2.2.1. Detección de errores. 4.2.2.2. Fidelización. 4.2.2.3. Oportunidad de venta. 4.3. Situaciones conflictivas. 4.3.1. Aserividad. 4.3.2. Aprender a usar el acrónimo DAR para decir "no" de forma eficaz. 4.4. Errores más frecuentes a la hora de resolver los problemas de los clientes.

UNIDAD DIDACTICA 5: IMPORTANCIA DE UNA COMUNICACIÓN CLARA.

5.1. Importancia de comunicarse eficazmente con los clientes. 5.1.1. Conceptos básicos de comunicación. 5.1.2. La comunicación eficaz. 5.2. Factores que ocasionan fallos en la comunicación. 5.2.1. Barreras psicológicas. 5.2.2. Barreras semánticas. 5.2.3. Barreras culturales. 5.2.4. Barreras sociales. 5.3. Mejorar las capacidades de escucha.

UNIDAD DIDACTICA 6: COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

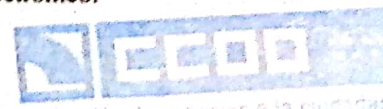
6.1. El uso de la voz. 6.1.1. Aspectos relacionados con la voz. 6.1.2. La percepción del cliente. 6.2. Directrices para comunicarse claramente con los clientes. 6.3. Siete acciones para una comunicación eficaz con los clientes. 6.4. Formas de la comunicación. 6.4.1. Comunicación verbal. 6.4.2. Comunicación no verbal. 6.4.2.1. El aspecto físico. 6.4.2.2. La postura. 6.4.2.3. El movimiento. 6.4.2.4. Las manos. 6.5. Actitudes que favorecen la relación interpersonal.

UNIDAD DIDACTICA 7: HABILIDADES TELEFÓNICAS.

7.1. La imagen telefónica. 7.1.1. Importancia de la imagen telefónica. 7.1.2. Forma de mejorar la imagen telefónica, demostrando profesionalidad. 7.2. La atención telefónica. 7.3. La atención telefónica. 7.3.1. Contestar al teléfono. 7.3.2. Llamar por teléfono. 7.3.3. Modulación de la voz. 7.3.4. Actitud en la entrevista telefónica. 7.3.5. Concluir la conversación. 7.3.6. La llamada de seguimiento. 7.3.7. Tratamiento de quejas y reclamaciones. 7.3.8. Situaciones usuales. 7.3.8.1. Dar malas noticias. 7.3.8.2. Cómo volver a llamar al cliente. 7.3.9. Declaraciones que se deben evitar. 7.4. Uso de mensajes de correo de voz. 7.4.1. Mensajes de correo de voz eficaces. 7.4.2. Crear un saludo de correo de voz orientado al cliente. 7.5. Proyectar una imagen positiva siguiendo tres directrices. 7.6. Servicio de atención al cliente de calidad siguiendo un proceso en tres pasos.

UNIDAD DIDACTICA 8: USO ADECUADO DEL CORREO ELECTRÓNICO.

8.1. El correo electrónico. 8.1.1. Funcionalidades. 8.1.1.1. La agenda. 8.1.1.2. Las listas de correo. 8.1.1.3. Organización del correo electrónico. 8.1.1.4. Imagen corporativa. 8.2. Redacción de mensajes. 8.2.1. Pautas generales. 8.2.2. Cuatro directrices para escribir mensajes de correo electrónico legibles. 8.3. Recepción y envío de mensajes. 8.3.1. Recepción de mensajes. 8.3.2. Importancia de revisar los mensajes antes de enviarlos. 8.4. Enviar archivos adjuntos a mensajes de correo electrónico. 8.4.1. Utilidad. 8.4.2. Problemas al enviar archivos adjuntos. 8.5. Ventajas de utilizar la línea de asunto al enviar mensajes de correo electrónico.



federación de servicios a la calidad
Secretaría de Formación
para el Empleo

asimago

CERTIFICADO

Expedido a favor de:

LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES

Por haber realizado el curso

**INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL
CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO**

Con una duración de 120 horas de teleformación,
realizado del 13/10/2010 al 14/12/2010



Fecha: 14 de Diciembre de 2010

PROGRAMA DEL CURSO: INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

MÓDULO 1: Gestión de la atención al cliente/consumidor: Los procesos de atención.

- * Concepto y características de la función de atención al cliente.
- * Dependencia funcional del departamento de atención al cliente.
- * Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente.
- * El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente.
- * Variables que influyen en la atención al cliente.
- * La información suministrada por el cliente.
- * Documentación implicada en la atención al cliente.
- * Servicio post venta.

MÓDULO 2: Gestión de la atención al cliente al cliente/consumidor: La calidad en la prestación del servicio.

- * Procesos de calidad en la empresa.
- * Concepto y características de la calidad de servicio.
- * Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.

MÓDULO 3: Gestión de la atención al cliente/consumidor: Aspectos legales.

- * Ordenación del comercio minorista.
- * Servicios de la Sociedad de la Información y el comercio electrónico
- * Protección de datos.
- * Protección al consumidor.

MÓDULO 4: Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor.

- * Información del cliente.
- * Archivo y registro de la información del cliente.
- * Procedimiento 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.
- * Normativa de protección de datos en bases de datos de clientes.
- * Confección y presentación de informes.

MÓDULO 5: Técnicas de comunicación a clientes/consumidores.

- * Modelo de comunicación interpersonal.
- * Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades.
- * Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
- * Expresión verbal.
- * Comunicación no verbal.
- * Empatía y asertividad.
- * Comunicación no presencial.
- * Comunicación escrita.

D.: LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES

D.N.I.: 50553401E

RECIBO EL ORIGINAL DE ESTE CERTIFICADO

Firmado:



Certificado de Asistencia y Aprovechamiento

Otorgado a

LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES

Por su participación en el curso

ATENCION AL CLIENTE Y RESOLUCION DE QUEJAS

Incluido en el Plan Intersectorial 2008 de la Unión Sindical de Madrid Región de CC.OO. realizado mediante contrato-programa CFR 001/2008 al amparo de la Orden 2816/2008 (BOCM de 6 de octubre de 2008), de la Consejería de Empleo y Mujer y cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

Lugar de Celebración: Madrid

Fechas: 23/04/2009 a 23/06/2009

Duración total: 50 horas, en modalidad Distancia.

Nº Expediente: CFR001/2008

Nº Acción: 244

Nº Grupo: 01



Mario Yusta Miguel

Director Gerente de Maforem



015689

ATENCIÓN AL CLIENTE Y RESOLUCIÓN DE QUEJAS

DURACIÓN: 50 horas

Módulo 1: La calidad personal

1. LA CALIDAD PERSONAL
2. LA HISTORIA DE LA CALIDAD
3. LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Módulo 2: La calidad en el trabajo

4. LA CALIDAD EN EL TRABAJO
5. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. FACTORES CLAVE
6. TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS. LA REPETICIÓN DE COMPRA

Módulo 3: Tipos de comunicación

7. COMUNICACIÓN Y TIPOS
8. COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA
9. EXPRESIÓN ORAL

Módulo 4: Las habilidades comunicativas

10. HABLAR EN PÚBLICO
11. COMUNICACIONES ESCRITAS
12. EL TELÉFONO

Recogido por:

D.N.I.:

FIRMA:

Fecha:

Certificado

Expedido a favor de D/D^a LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES

D.N.I. 50553401E

Por haber realizado el curso CALIDAD DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMACI

Acción 7 Grupo 3 en la modalidad de TELEFORMACIÓN

Realizado desde 20/03/2013 hasta 26/04/2013

Con una duración total 30 horas.

En Sevilla a 6 de Mayo de 2013

Nº EXPEDIENTE: TSI-010103-2011-171

ACCIÓN: 7

GRUPO: 3

CONTENIDO FORMATIVO DEL CURSO:

CALIDAD DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMACIONES ON-LINE

MÓDULO 1. Gestión de Quejas y Reclamaciones.

UF. 1 Gestión de Quejas y Reclamaciones Proceso de comunicación. Las quejas. Hojas de reclamación en la red.

UF. 2 La calidad en la atención al cliente. Fidelizar al e-cliente.

MÓDULO 2. La comunicación como clave en la gestión de quejas y reclamaciones.

UF. 1 Técnicas de comunicación en la red. CRM (Administración de la Relación con Clientes). Necesidades, hábitos y su relación con la empresa online del e-cliente. Rentabilidad basada en la lealtad. Nuevos canales de interacción con el cliente. Ventajas del CRM

UF.2 El servicio de atención al cliente. Centro de Contacto con Clientes. Integración con la tecnología. Canales digitales y medios de comunicación sociales

Responsable de la Formación:

MARÍA DEL MAR PARDO
Fundación Asistencial
para la Formación,
Investigación y Estudio
Fdo: María del Mar Pardo

CONVENIO DE FORMACIÓN
2009



Formación | Consultoría y Proyectos

*Asociación Española de
Empresas de la Carne*
(ASOCARNE)

Nº: Expte:F20090067

ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE LA CARNE

CERTIFICA QUE:

LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES

ha realizado con aprovechamiento el curso

ATENCION CLIENTE Y CALIDAD SERVICIO S.ALIMENTARIO

de 55 horas de duración, en la modalidad de teleformación, impartido por Instituto de Formación Integral, S.L.U. del 06/04/2009 al 29/05/2009.

Y para que así conste, expido el presente certificado en Madrid, a 29 de mayo de 2009.

Recibí del Alumno:

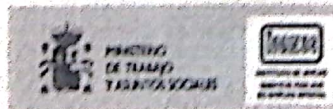
POR IFI:

POR ASOCARNE:

Formación Subvencionada por:



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo



"Acciones realizadas en el marco de la orden TAS/718/2008 de 7 de marzo, y de la Convocatoria, financiadas por el Servicio Público de Empleo Estatal y, en su caso, cofinanciadas por el Fondo Social Europeo"

CONTENIDOS DEL CURSO:

- Negocio y calidad de servicio.
- Actitudes y conductas en la atención al cliente.
- La tarea y la relación con el cliente.
- La comunicación con el cliente.
- Requisitos para que haya comunicación.
- Los ruidos no deben obstruir los canales.
- Consideraciones sobre el cliente.
- Las motivaciones del cliente.
- El contacto con el cliente.
- Quejas y reclamaciones.
- Consejos prácticos en la atención al cliente.

CONTENIDOS DEL MÓDULO. ALFABETIZACIÓN INFORMÁTICA:

Introducción a Internet: Cómo navegar por la red. El correo electrónico: envío y recepción de mensajes, adjuntar archivos, la libreta de direcciones. Un mundo de servicios: foros, chat...El trabajo e Internet.

Formación Subvencionada por:

PR01055050



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES



SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO
ESTATAL



Fundación Tripartita
Para la Formación en el Empleo

"Acciones realizadas en el marco de la orden TAS/718/2008 de 7 de marzo, y de la Convocatoria; financiadas por el Servicio Público de Empleo Estatal y, en su caso, cofinanciadas por el Fondo Social Europeo"



CERTIFICADO DE APROVECHAMIENTO

(Orden TAS/718/2008 del 7 de Marzo)



Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



D./Dña. **LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES** , con NIF **50553401E**

Ha realizado la Acción formativa "ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTA EN ESTACIONES DE SERVICIO"

PLAN *AGRUPACIÓN ESPAÑOLA DE VENDEDORES AL POR MENOR DE CARBURANTES Y COMBUSTIBLE*

EXPEDIENTE **F20100067**

Código AF/Grupo **17.2**

Durante los días **30/11/2010** al **30/12/2010** , con una duración total de **28** horas

En la Modalidad formativa **DISTANCIA**

Contenidos impartidos (Ver dorso)

**Firma y Sello de la Empresa /
Centro Formador**

Fecha de expedición

Firma del alumno/a



Formación S.L.

B-29681327

C/ Tomás de Heredia 12 - 29001 MÁLAGA
Tel. 952 12 25 00 - Fax: 952 60 93 46

30 DIC. 2010

CONTENIDOS

1. Aspectos generales de la comunicación 4 horas

- 1.1. Introducción
- 1.2. El proceso de comunicación. Elementos
- 1.3. Etapas en la comunicación
- 1.4. Funciones del mensaje
- 1.5. Lenguaje no verbal o paralenguaje
- 1.6. Obstáculos en la comunicación: ruidos, entorno, rumor y asilamiento
- 1.7. Niveles en la comunicación
- 1.8. Resumen de contenidos
- 1.9. Propuestas prácticas a los contenidos

2. La comunicación oral 4 horas

- 2.1. Introducción
- 2.2. Actitudes y técnicas en comunicación oral
- 2.3. Aptitudes del personal de acogida
- 2.4. Elementos fundamentales en comunicación oral
- 2.5. Clasificación del mercado
- 2.6. Situaciones y roles de compra
- 2.7. Reuniones y entrevistas. Intercambios de información
- 2.8. La información telefónica
- 2.9. Resumen de contenidos
- 2.10. Propuestas prácticas a los contenidos

3. La Comunicación escrita 4 horas

- 3.1. Introducción
- 3.2. Comunicación interna
- 3.3. Comunicación externa
- 3.4. Elaboración de distintos tipos de comunicaciones
- 3.5. Cartas e informes
- 3.6. Utilización óptima de los materiales de mecanografiado. Reproducción
- 3.7. Resumen de contenidos
- 3.8. Propuestas prácticas a los contenidos

4. Atención al público 4 horas

- 4.1. Introducción
- 4.2. Pautas de conducta: la escucha y las preguntas
- 4.3. Actitudes positivas hacia los clientes: acogida y despedida
- 4.4. Relaciones públicas
- 4.5. Quejas y reclamaciones
- 4.6. Clientes y situaciones difíciles
- 4.7. Métodos para evaluar la atención al cliente
- 4.8. Resumen de contenidos
- 4.9. Propuestas prácticas a los contenidos

5. El consumidor 4 horas

- 5.1. Introducción
- 5.2. Derechos del consumidor
- 5.3. Ley general para la defensa de consumidores y usuarios, y estatutos generales autonómicos de protección al consumidor
- 5.4. Normativa reguladora de los derechos del consumidor y/o usuario
- 5.5. Instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor
- 5.6. Fuentes de información sobre el consumo en la empresa
- 5.7. Resumen de contenidos
- 5.8. Propuestas prácticas a los contenidos

MODULOS

Sensibilización medioambiental
Prevención de riesgos laborales

DIPLOMA DE APROVECHAMIENTO

D./D^a **LUIS MIGUEL LARRIBA FLORES** con D.N.I. **50553401E** ha participado con Aprovechamiento en la Acción Formativa denominada:

ATENCIÓN AL CLIENTE: CALIDAD EN LOS SERVICIOS FUNERARIOS

celebrada entre los días: **20/10/2010** al **13/12/2010** con una duración de **65** horas en modalidad **distancia** y cuyos contenidos figuran al dorso.

Esta acción formativa perteneciente al Plan de Oferta de ámbito estatal dirigido preferentemente a trabajadores ocupados en el marco de la Orden TAS/718/2008, de 7 de Marzo (B.O.E. nº 67 de 18 de Marzo de 2008), del que es titular la Federación de Servicios Públicos de la Unión General de Trabajadores, con nº de expediente **F20100230**.



Sebastián Pacheco Cortés
Secretario de Formación de la FSP-UGT

CONTENIDOS DEL CURSO

ATENCIÓN AL CLIENTE: CALIDAD EN LOS SERVICIOS FUNERARIOS

CONTENIDOS TEÓRICOS:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Concepto de calidad aplicado a las actividades de atención al cliente (10 horas)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Necesidad e importancia del clima de confianza y colaboración en la resolución adecuada de la atención al cliente (10 horas)

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Habilidades relacionales y de comunicación necesarias en la relación con los clientes (10 horas)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Los diferentes momentos en la atención (10 horas)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Técnicas comunicativas para facilitar la confianza y el clima facilitador de la correcta atención al cliente (10 horas)

UNIDAD DIDÁCTICA 6: Claves para abordar las situaciones difíciles en la relación con el cliente (familiares y allegados) (10 horas)

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

La metodología aplicada en esta acción formativa es de carácter teórico-práctico, de tal forma que sobre los contenidos puramente teóricos versarán los contenidos prácticos.

Con el fin de poder evaluar la adquisición de los conocimientos por parte de los participantes, se propondrá por un lado, la realización de cuestionarios de evaluación consistentes en baterías de preguntas con elección múltiple relativos a la temática tratada en los contenidos teóricos.

Por otro lado, también se les propondrá la realización de un caso práctico, en el cual el tutor expondrá una situación concreta referida a la temática general de la acción formativa y los participantes deberán aportar las soluciones que crean que son las más oportunas y correctas.

MÓDULO DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL: 5 HORAS

Registrado en MADRID
Nº de Registro: 1-02/1
En MADRID a 22 Diciembre 2010

El Responsable de Registro

Firma
