

La importancia de la atención al cliente en el proceso comercial

Impacto

¿Sabemos identificar al cliente y sus necesidades de compra? ¿Realizamos un servicios post-venta eficaz?

¿Describimos con claridad, de forma ordenada las características de nuestro servicio y producto adecuándolo a las necesidades de nuestro cliente?

¿Identificamos la tipología del cliente y sus necesidades?



Beneficios:

- Identificar la tipología de cliente y sus necesidades realizando las preguntas oportunas.
- Aplicar las técnicas de comunicación en las operaciones de compra venta.
- Describir el producto o servicio destacando sus ventajas y adecuando a las necesidades de cada cliente.

Contenidos:

Unidad 1. Atención al cliente	Unidad 2. Comunicación de información
<ul style="list-style-type: none">- El departamento comercial.- Clasificación del cliente e identificación de sus necesidades.- Identificación del perfil psicológico de los clientes.<ul style="list-style-type: none">▪ Aplicación de condiciones de venta▪ Transmisión de información comercial según el tipo de cliente.▪ Motivación	<ul style="list-style-type: none">- Elementos de comunicación institucional- Soportes de comunicación- Tratamiento hacia el cliente.- Técnicas de comunicación. Tratamiento de objeciones- La argumentación comercial.- La venta telefónica.
Unidad 3. Servicios postventa	Unidad 4. Satisfacción del cliente
<ul style="list-style-type: none">- Seguimiento comercial- Fidelización de los clientes: bonos, tarjetas de puntos, descuentos, etc..	<ul style="list-style-type: none">- Cuestionarios de satisfacción del cliente.- Gestión de quejas y reclamaciones- Valoración de los parámetros de calidad