Paraninfo

Guía práctica de atención al cliente

Editorial: Paraninfo
Autor: SOLEDAD CARRASCO FERNÁNDEZ
Clasificación: Divulgación General > COMERCIOYMARKETING
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 134
ISBN 13: 9788428341325
ISBN 10: 842834132X
Precio sin IVA: 14,42 Eur
Precio con IVA: 15,00 Eur
Fecha publicacion: 24/05/2018

Sinopsis

Ahora es el momento de dar el paso definitivo hacia la excelencia en la atención al cliente.

En la situación económica actual, fenómenos como la globalización o la multiplicación de la competencia por las ventas en Internet hacen que los compradores cada vez tengan más poder de decisión.

Esta guía práctica pone a disposición de cualquier tipo de empresario todas las claves para convertir la atención al cliente en el instrumento esencial de mejora de la empresa.

Una estructura en la que están desarrollados todos los aspectos en la relación con los clientes, un amplio repaso a la normativa actualizada y, por supuesto, un planteamiento práctico con ejemplos en cada capítulo y una propuesta de ejercicios sencillos y adaptados a la realidad comercial y de servicio son los elementos distintivos de este manual.

La autora, con una trayectoria profesional de más de 30 años, une su experiencia docente a las aportaciones de empresarios comprometidos con la calidad en el servicio para ofrecer al lector la mejor y más completa guía práctica de atención al cliente.

Indice

1. El cliente y la compraventa

Introducción

1.1. El departamento comercial

1.1.1. Funciones básicas

1.1.2. Identificación de necesidades y gustos del cliente

1.1.3. Clasificación del cliente

1.2. Procedimiento de comunicación comercial

1.2.1. Elementos de comunicación institucional

1.2.2. Fases del procedimiento de comunicación

1.2.3. Soportes de la comunicación

1.2.4. Tratamiento hacia el cliente

1.3. Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes

1.3.1. Aplicación de condiciones de venta

1.3.2. Transmisión de información comercial según el tipo de cliente

1.3.3. Motivación

1.4. Relación con el cliente a través de distintos canales

1.4.1. Características

1.4.2. Ventajas e inconvenientes

1.4.3. Internet como canal de comunicación

1.5. Criterios de calidad en la atención al cliente

1.5.1. Satisfacción del cliente

1.6. Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente

2. Los procesos de comunicación

Introducción

2.1. El proceso de compraventa como comunicación

2.1.1. Aspectos básicos: identificación de la comunicación en la venta

2.1.2. Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta

2.1.3. Argumentación comercial

2.1.4. Tratamiento de objeciones

2.1.5. Comunicación de la información sobre los productos

2.2. La venta telefónica

2.3. La venta por catálogo

2.4. Televenta

2.5. Internet y otras formas de venta

3. El telemarketing

Introducción

3.1. Aspectos básicos del telemarketing

3.1.1. Marketing

3.1.2. Telemarketing

3.1.3. Teleoperador

3.1.4. Sectores empresariales del mercado

3.1.5. Otros
3.2. La operativa general del teleoperador
3.2.1. Conectar con el cliente
3.2.2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación
3.2.3. Afianzar actitudes positivas del teleoperador
3.3. Técnicas de venta
3.3.1. Principales técnicas de venta comercial
3.3.2. Los guiones: planificar su existencia
3.3.3. La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos
3.3.4. Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta
3.4. Cierre de la venta
3.4.1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes
3.4.2. Minimizar las hostilidades de los clientes
3.4.3. Tipología de cierres de venta

4. Los servicios de posventa
Introducción
4.1. Seguimiento comercial. Concepto
4.2. Fidelización de la clientela
4.2.1. Instrumentos de fidelización
4.2.2. Bonificaciones
4.2.3. Tarjetas de puntos o de club
4.2.4. Cupones descuento
4.2.5. Otros
4.2.6. Finalidad
4.3. Identificación de quejas y reclamaciones
4.3.1. Concepto
4.3.2. Características
4.3.3. Tipología: presenciales y no presenciales
4.4. Procedimiento de reclamaciones y quejas
4.4.1. Recepción
4.4.2. Formulación documental
4.4.3. Resolución de dudas
4.5. Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia
4.6. Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de posventa
Solución ejercicios de evaluación

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
info@paraninfo.es www.paraninfo.es