



Programa

Módulo 1: La voz del cliente

- ¿Quiénes son los clientes? Un nuevo estilo de relaciones.
- Pautas en la gestión telefónica.
- Elementos comunicacionales a tener en cuenta a través del teléfono.
- Las necesidades del cliente, técnica de desarrollo de necesidades.
- Motivaciones explícitas e implícitas del cliente.



Programa

Módulo 2: Estructura para dar voz al cliente

- Comunicación eficiente a través del teléfono
- Preguntas para contextualizar la necesidad
- Preguntas para situar el nivel de satisfacción del cliente
- Preguntas sobre los efectos o consecuencias del problema
- Preguntas de solución

Objetivos

- Reconocer los elementos básicos a través del teléfono para unificar criterios hacia los departamentos de empresa.
- Tener conocimiento de la importancia del proceso de comunicación con el objetivo de la atención al cliente.
- Conocer y saber utilizar todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Poder controlar las quejas y reclamaciones que puedan surgir en base a los servicios o productos ofrecidos por una empresa o compañía.
- Identificar la consulta, queja o reclamación del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo para deducir líneas de actuación.

Formadora

CAROLINA BORNAY

Psicóloga Socio-Empresarial, Trainer's Training, con un Máster en RRHH, Programación Neurolingüística y Comunicación e Hipnosis Ericksoniana

Cuenta con un amplio desarrollo como Consultora - Formadora Freelance en empresas del sector industrial y servicios de ámbito nacional.

Acompañando a las personas que desean realizar cambios y experimentar su evolución, y así facilitar el alineamiento con la organización.

