

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

### Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

#### 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

##### Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

#### 2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

##### Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- d. Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- e. Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f. Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- g. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

adecuado.

- h. Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
- i. Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- j. Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

### **3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.**

#### Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- b. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- c. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- d. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- e. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- f. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- g. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
- h. Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
- i. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- j. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- k. Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

### **4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios**

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

### de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.

#### Criterios de evaluación:

- a. Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- b. Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- c. Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información que se va a almacenar.
- d. Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.
- e. Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f. Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- g. Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet,, correo electrónico).
- h. Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- i. Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- j. Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

### 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

#### Criterios de evaluación:

- a. Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- b. Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- c. Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- d. Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- e. Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
- f. Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g. Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- h. Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- i. Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

### **6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo**

#### Criterios de evaluación:

- a. Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b. Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- c. Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
- d. Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e. Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- f. Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- g. Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- h. Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
- i. Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- j. Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

### **7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**

#### Criterios de evaluación:

- a. Se ha identificado el concepto de marketing.

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- b. Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- d. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- e. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- f. Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- g. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

### **8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

#### Criterios de evaluación:

- a. Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- b. Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c. Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d. Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e. Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
- f. Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g. Se ha explicado el significado e importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- h. Se han definido las variables constitutivas del servicio posventa y su relación con la fidelización del cliente.
- i. Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- j. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa, así como sus fases y herramientas.

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

### Contenidos mínimos:

- Selección de técnicas de comunicación empresarial:

- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La organización empresarial. Organigramas.
- Principios y tipos de organización empresarial.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Funciones del personal en la organización.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.

Transmisión de comunicación oral en la empresa:

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica.
- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.
- La informática en las comunicaciones verbales.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico.
- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico.

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

Reconocimiento de necesidades de clientes:

- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
- La satisfacción del cliente.
- Los procesos en contacto con el cliente externo.

Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- El consumidor.
- Instituciones de consumo.
- Normativa en materia de consumo.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Tramitación y gestión.

El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.

- Naturaleza y alcance del marketing.
- Políticas de comunicación.
- La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
- Las relaciones públicas.
- La Responsabilidad Social Corporativa.

Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- Evaluación y control del servicio.
- Control del servicio posventa.
- La fidelización del cliente.

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE