



**EDUCA  
BUSINESS  
SCHOOL**



# FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por  
**EDUCA BUSINESS SCHOOL**



## Especialista en Account Manager Online



**EDUCA  
BUSINESS  
SCHOOL**



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



# Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

## SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

## NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

## Especialista en Account Manager Online



DURACIÓN:

360 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

249 €

Incluye materiales didácticos,  
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



## Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la



## Descripción

Si trabaja en el mundo de las ventas y quiere aprender las técnicas oportunas para ser un Account Manager en el entorno Online este es su momento, con el Curso de Especialista en Account Manager Online podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. Con este Curso se profundizará en las actividades que desempeña un Community manager, para poder desenvolverse en los medios sociales con clientes o proveedores, así como los términos de venta online y atención al cliente oportunos para ser un profesional en la materia.

## Objetivos

- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online.
- Aplicar técnicas de comunicación básica en distintas situaciones de atención y trato en función de distintos elementos, barreras, dificultades y alteraciones.- Aplicar técnicas de atención básica en distintas situaciones de demanda de información y solicitud de clientes.
- Definir las variables y utilidades disponibles en Internet –páginas web, servidores y software a nivel usuario- para la comercialización «on line» de distintos tipos de productos y servicios. - Aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales «on line».

## **A quién va dirigido**

Este Curso de Especialista en Account Manager Online está dirigido a profesionales del marketing online y ventas que quieran ampliar su formación y desempeñar esta función de manera profesional e independiente.

## **Para qué te prepara**

Este Curso de Especialista en Account Manager Online podrá desempeñar esta función de manera experta, así como a gestionar una comunidad en internet y a aplicar técnicas de atención al cliente y venta online.

## **Salidas Laborales**

Marketing online / Ventas / Community manager.

## Materiales Didácticos

---



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Venta Online'
- Manual teórico 'Atención Básica al Cliente'
- Manual teórico 'Redes Sociales 2.0 y Social Media Strategy'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Redes Sociales 2.0 y Social Media Strategy'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno

## Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono  
**(+34) 958 050 217** e  
infórmate de los pagos a  
plazos sin intereses que  
hay disponibles



## Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

**10% Beca Alumnos:** Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



## Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



## Reinventamos la Formación Online



### Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



### Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



### Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



### Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



### Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



### Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



### Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



### Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



### Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

## Acreditaciones y Reconocimientos



## Temario

# PARTE 1. COMMUNITY MANAGER

## MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales
2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online

- 2.Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios
- 3.Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
  - 1.- Crear una página de empresa
  - 2.- Estrategias de Marketing en LinkedIn
  - 3.- Como encontrar clientes potenciales
- 4.Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn
- 5.Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS**

- 1.¿Qué es un blog?
  - 1.- Autonomía de un blog
  - 2.- Características de los blogs
- 2.El blog como herramienta de marketing en la empresa
- 3.Cómo hacer un blog único y exitoso
- 4.Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
- 5.Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
- 6.Estrategias de crecimiento de un blog
  - 1.- Marketing de contenidos
  - 2.- SEO (Optimización para motores de búsqueda)
- 7.Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati...
  - 1.- Wordpress
  - 2.- Blogger
  - 3.- Livejournal
  - 4.- Technorati
- 8.Herramientas avanzadas de monitorización
- 9.Tipos de Blog
- 10.Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING**

- 1.Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
- 2.Herramientas para optimizar el uso de twitter
- 3.Como hacer crecer tú marca en twitter
  - 1.- Twitter Ads
  - 2.- Twitter Analytics
- 4.Otros sistemas de microblogging

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES**

- 1.Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs
  - 1.- Conectar Facebook con Twitter
  - 2.- Conectar Facebook con MSN
  - 3.- Conectar LinkedIn con Twitter
- 2.Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA**

- 1.La Wikipedia como fuente de información libre y universal
- 2.Definición de wiki
- 3.La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING**

- 1.Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
- 2.Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
  - 1.- Origen
  - 2.- Contenidos de un podcast
  - 3.- ¿Cómo se escucha un podcast?
  - 4.- ¿Dónde se almacenan los podcast?
  - 5.- ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?

- 3.Cómo redactar mejores post

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO**

- 1.Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube
- 2.El posicionamiento en YouTube
- 3.Otras plataformas de vídeo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA**

- 1.Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
- 2.Flickr y Panoramio

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD**

- 1.Trucos para animar una Comunidad online
- 2.Estrategias de participación en Redes Sociales
- 3.La voz de la empresa o la marca

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA**

- 1.Situaciones de crisis en la red: los hoax
- 2.Cómo atajar el problema
  - 1.- Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE**

- 1.Gestión de tu reputación online
- 2.Herramientas y consejos para monitorizar online
  - 1.- ¿Qué podemos medir en la monitorización?
  - 2.- ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
  - 3.- Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio
- 3.Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?
- 4.Creación de sistema de escucha/alertas
  - 1.- Brandwatch
  - 2.- Google Alerts
  - 3.- HootSuite

- 4.- TweetReach
- 5.- Social Mention
- 6.- Google Analytics
- 7.- Mention
- 8.- Addictomatic
- 9.- HowSociable
- 10.- TweetDeck

5.Importancia de opiniones en la red

#### UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

- 1.La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs
  - 1.- Protección de la Propiedad Intelectual
  - 2.- Protección de los datos de carácter personal
  - 3.- Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
  - 4.- Protección de los consumidores y usuarios
- 2.Licencias: Creative Commons
- 3.Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

#### UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIO Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

- 1.¿Qué y cómo se puede medir?
- 2.Analítica Web
  - 1.- Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

- 1.¿Qué es una comunidad?
- 2.Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
  - 1.- Estrategia 1: Soporte a la comunidad
  - 2.- Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
  - 3.- Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
- 3.Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
- 4.Facebook - Guía de Facebook
  - 1.- Te ayudan a protegerte
  - 2.- Fomentar un comportamiento respetuoso
  - 3.- Proteger tu cuenta e información personal
  - 4.- Proteger tu propiedad intelectual
- 5.Twitter - Guía de Twitter
  - 1.- Limitaciones del contenido y uso de Twitter
  - 2.- Comportamiento abusivo
  - 3.- Spam
- 6.YouTube - Guía de YouTube

#### UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
  - 1.- ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
  - 1.- Cómo hacer correctamente un envío de Email
  - 2.- ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

## **MODULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA**

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER**

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN**

1. Red social generalista: Facebook
- 2.2. Microblogging: Twitter
- 3.3. La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST**

1. El poder del vídeo: Youtube
2. Imagen y branding: Instagram
3. Red de nicho: Pinterest

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN**

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA**

- 1.Social Listening
- 2.Uso de chatbots en Facebook Messenger
- 3.Instagram Direct y gestión de comentarios
- 4.Twitter como canal de atención al cliente

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS**

- 1.Definición y funciones del blog
- 2.Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
- 3.Configuración inicial de Wordpress
- 4.Páginas de WordPress
- 5.Diseño del blog
- 6.Publicación de contenidos
- 7.Gestión de comentarios
- 8.Plugins par aoptimizar el SEO

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO**

- 1.Herramientas básicas
- 2.Herramientas de gestión
- 3.Herramientas de multiposting
- 4.Herramientas de gestión integral
- 5.Herramientas de monitorizacion integral

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING**

- 1.¿Qué es el copywriting?
- 2.Conectar, emocionar y convencer
- 3.Principales técnicas de copywriting
- 4.SEO para Copywriting
- 5.La importancia de los títulos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA**

- 1.Facebook Insights
- 2.Estadísticas de Instagram
- 3.Twitter Analytics
- 4.Analítica en LinkedIn
- 5.Youtube Analytics

## **PARTE 2. VENTA ONLINE**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA**

- 1.Las relaciones comerciales a través de Internet.
- 2.Utilidades de los sistemas «on line».
- 3.Modelos de comercio a través de Internet.
- 4.Servidores «on line».

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB**

- 1.El internauta como cliente potencial y real.
- 2.Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
- 3.Tiendas virtuales.
- 4.Medios de pago en Internet.
- 5.Conflictos y reclamaciones de clientes.
- 6.Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

## PARTE 3. ATENCIÓN BÁSICA AL CLIENTE

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN CON CLIENTES.

- 1.Procesos de información y de comunicación.
- 2.Barreras en la comunicación con el cliente.
- 3.Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación.
- 4.Elementos de un proceso de comunicacion efectiva
  - 1.- Estrategias y pautas para una comunicacion efectiva
- 5.La escucha activa
  - 1.- concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva
  - 2.- signos y senales de escucha
  - 3.- componentes actitudinales de la escucha efectiva
  - 4.- habilidades tecnicas y personas de la escucha efectiva
  - 5.- errores en la escucha efectiva
- 6.Consecuencias de la comunicación no efectiva.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE ATENCIÓN BÁSICA A CLIENTES.

- 1.Tipología de clientes.
- 2.Comunicacion verbal y no verbal.
  - 1.- Concepto.
  - 2.- Componentes.
  - 3.- Signos de comunicacion corporal no verbal.
  - 4.- la imagen personal.
- 3.Pautas de comportamiento:
  - 1.- Disposicion previa
  - 2.- respeto y amabilidad
  - 3.- implicacion en la respuesta
  - 4.- servicio al cliente
  - 5.- vocabulario adecuado
- 4.Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.
- 5.Técnicas de asertividad:
  - 1.- disco rayado,
  - 2.- banco de niebla,
  - 3.- libre informacion,

- 4.- aserción negativa,
  - 5.- interrogación negativa,
  - 6.- autorrevelacion,
  - 7.- compromiso viable
  - 8.- otras técnicas de asertividad
- 6.La atención telefónica.
- 1.- El lenguaje y la actitud en la atención telefónica.
  - 2.- Recursos en la atención telefónica: voz, tiempo, pausas, silencios.
- 7.Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
- 1.- solicitud de información de localización
  - 2.- solicitud de información de localización de producto
  - 3.- solicitud de información de precio
  - 4.- quejas básicas y reclamaciones
- 8.El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.
- 9.Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
- 1.- No ignorar ninguna reclamacion
  - 2.- Mantener la calma y practicar escucha activa
  - 3.- Transmitir respeto y amabilidad
  - 4.- Pedir disculpas
  - 5.- Ofrecer una solucion o tramitacion lo mas rapida posible
  - 6.- Despedida y agradecimiento
- 10.Documentación de las reclamaciones e información que debe contener.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1.Concepto y origen de la calidad.
- 2.La gestión de la calidad en las empresas comerciales.
- 3.El control y el aseguramiento de la calidad.
- 4.La retroalimentacion del sistema.
  - 1.- calidad y seguimiento de la atencion al cliente
  - 2.- documentacion de seguimiento: el registro de quejas, sugerencias y reclamaciones
- 5.La satisfacción del cliente.
  - 1.- Técnicas de control y medición.
  - 2.- Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias.
- 6.La motivación personal y la excelencia empresarial
- 7.La reorganización según criterios de calidad
- 8.Las normas ISO 9000
  - 1.- Funcionamiento de la certificación