

Atención de Quejas y Reclamaciones

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

- Sensibilizar sobre la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.
- Conocer el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los clientes.
- Cómo comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- Entender las quejas y reclamaciones como una oportunidad y no como un problema.
- Aprender a tratar las reclamaciones, tanto en persona como por teléfono.
- Poner de manifiesto las normativas legales que obligan a poner a disposición del consumidor las hojas de reclamaciones.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO.

Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:

- Naturaleza.
- Efectos.

Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor

Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias:

- Elementos formales que contextualizan la reclamación.
- Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
- Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación.

Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores.

Proceso de tramitación y gestión de una reclamación:

- Plazos de presentación.
- Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes.

- Gestión on-line.

Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones.

- Fases del proceso de resolución.
- Documentación que se genera.

La actuación administrativa y los actos administrativos:

- Concepto y elementos.
- Clases.
- Eficacia de los actos.
- El silencio administrativo.
- Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO.

Conceptos y características:

- Árbitro.
- Mediador.
- Partes implicadas.
- Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo.

La mediación:

- Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación.
- Requisitos exigibles.
- Procedimientos seguidos.

El arbitraje de consumo:

- Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje
- Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional.
- Organigrama funcional.
- Convenio arbitral: contenido, formalización y validez.
- Institucionalización del arbitraje.
- Juntas arbitrales.
- Laudo arbitral.

Procedimientos de arbitraje en consumo:

- Principios generales.
- Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación.
- Ventajas e inconvenientes.

Documentación en procesos de mediación y arbitraje:

- Convocatoria.
- Acta.
- Resolución.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO.

Conceptos:

- Queja.
- Reclamación.
- Consulta.
- Denuncia.
- Partes intervinientes.

Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones:

- Situación, percepción, motivación: clima.
- Tratamiento.

Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones:

- Interpersonal.
- Telefónica.
- Escrita.
- Telemática.

Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo:

- Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones.
- Dialéctica de la argumentación.
- Negociación y sus técnicas de comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.

Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor).

Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.

Caracterización del proceso de negociación:

- Tipos de clientes/consumidores/usuarios.
- Factores influyentes.
- Departamento gestor.
- Trámites y documentación.

Planes de negociación:

- Preparación.
- Desarrollo.
- Resolución.