

## **Títol mòdul**

### **“COMUNICACIÓ EMPRESARIAL I ATENCIÓ AL CLIENT”**

*Real Decret 1631/2009, de 30 d'octubre, pel que s'estableix el títol de Tècnic en Gestió Administrativa i es fixen les seves ensenyances mínimes. BOE 1-12-2009*

*Ordre EDU/1999/2010, de 13 de juliol, per la que se estableix el currículum del cicle formatiu de Grau Mitjà corresponent al títol de Tècnic en Gestió Administrativa. BOE 26-7-2010*

## **CONTINGUTS**

### **a) Selecció de tècniques de comunicació de comunicació empresarial:**

Elements i barreres de la comunicació.  
Comunicació i informació i comportament.  
Aplicació de l'escolta activa en els processos de comunicació.  
Criteris d'empatia i principis bàsics de l'assertivitat.  
Les relacions humanes i laborals a l'empresa.  
L'organització empresarial. Organigrames.  
Principis d'organització.  
Tipus d'organització empresarial.  
Departaments i àrees funcionals tipus.  
Funcions del personal en l'organització.  
Relació interdepartamental.  
Descripció dels fluxos de comunicació.  
La comunicació interna a l'empresa: comunicació formal i informal.  
La comunicació externa a l'empresa. La publicitat i les relacions públiques.

### **b) Transmissió de comunicació oral a l'empresa:**

Principis bàsics en les comunicacions orals.  
Normes d'informació i atenció oral.  
Tècniques de comunicació oral, habilitats socials i protocol.  
Classes de comunicació oral: Diàleg. Discurs. Debat. Entrevista.  
La comunicació no verbal. Elements del llenguatge no verbal.  
La imatge personal.  
La comunicació verbal dins l'àmbit de l'empresa.  
La comunicació telefònica: barreres i dificultats en la transmissió de la informació.  
L'expressió verbal i no verbal en la comunicació telefònica.  
El telèfon i el seu ús. La centraleta. Ús del guia telefònica. Normes per parlar correctament per telèfon.  
La informàtica en les comunicacions verbals: videoconferència, xat i altres.  
Comunicacions a la recepció de visites: acollida, identificació, gestió, comiat.

### **c) Transmissió de comunicació escrita a l'empresa:**

La comunicació escrita a l'empresa.  
Normes de comunicació i expressió escrita.  
Normes ortogràfiques, sintàctiques i de lèxic en les comunicacions escrites socioprofessionals.  
Abreviatures comercials i oficials.  
Característiques principals de la correspondència comercial.

Mitjans utilitzats en la correspondència comercial: El sobre. El paper. La carta.  
La carta comercial. Estructura.  
Estils de les cartes comercials.  
Classificació de les cartes comercials.  
Formats tipus de documents d'ús en l'empresa i en les Administracions Públiques: memoràndum, nota interior, informe, sol·licitud, ofici, certificat, declaració, recurs i altres.  
Mitjans i equips ofimàtics i telemàtics.  
El correu electrònic. Ús, estructura i redacció dels e-mails.  
La recepció de la correspondència.  
Serveis de correus, circulació interna de correspondència i paqueteria.  
La sortida de la correspondència de l'empresa.  
Procediments de registre d'entrada i sortida de correspondència i paqueteria.  
Aplicació de procediments de seguretat i confidencialitat de la informació.

d) Arxiu de la informació en suport paper i informàtic:

Arxiu de la informació en suport paper:  
Classificació i ordenació de documents.  
Normes de classificació: alfabètica, geogràfica, per matèries, cronològica, decimal. Avantatges i inconvenients.  
Necessitats de conservació de la documentació  
Tècniques d'arxiu: Natura. Finalitat del fitxer.  
Arxiu de documents. Captació, elaboració de dades i la seva custòdia.  
Sistemes d'arxiu. Convencionals. Per microfilm. Informàtics.  
Classificació de la informació.  
Utilització d'índexs.  
Centralització o descentralització de l'arxiu.  
El procés d'arxiu: Normes a tenir en compte a l'arxiu de documents.  
Confecció i presentació d'informes procedents de l'arxiu.  
La purga o destrucció de la documentació.  
Confidencialitat de la informació i documentació.  
Arxiu de la informació en suport informàtic:  
Les bases de dades per al tractament de la informació.  
Estructura i funcions d'una base de dades.  
Procediments de protecció de dades.  
Arxius i carpetes: identificació, organització, creació d'accessos directes.  
Organització en carpetes del correu electrònic i altres sistemes de comunicació telemàtica.

e) Reconeixement de necessitats de clients:

Concepte i identificació del client: el client intern, el client extern.  
El coneixement del client i les seves motivacions.  
Elements de l'atenció al client: entorn, organització i empleats.  
Fases de l'atenció al client: l'acollida, el seguiment, la gestió i el comiat.  
La percepció del client respecte a l'atenció rebuda.  
La satisfacció del client.  
Els processos en contacte amb el client extern.

f) Atenció de consultes, queixes i reclamacions:

El departament d'atenció al client. Funcions.  
Valoració del client de l'atenció rebuda: reclamació, queixa, suggeriments i felicitació.  
Elements d'una queixa o reclamació.

Les fases de la resolució de queixes / reclamacions.

El circuit de les reclamacions.

Gestió reactiva de les reclamacions.

Gestió pro activa de les reclamacions:

L'anticipació als errors.

El seguiment dels clients perduts.

El consumidor.

Institucions de consum:

Ens públics.

Ens privats.

Normativa en matèria de consum:

Marc legal estatal, autonòmic i local.

Procediment de recollida de les reclamacions i denúncies:

Recepció.

Registre.

Justificant de recepció.

Tramitació i gestió:

Tipologia de les demandes de consum.

Fulls de reclamacions.

g) Potenciació de la imatge de l'empresa:

El màrqueting en l'activitat econòmica: la seva influència en la imatge de l'empresa.

Naturalesa i abast del màrqueting:

La imatge corporativa.

L'oferta i la demanda.

Definició de màrqueting.

La funció del màrqueting a l'empresa.

El departament de màrqueting.

Els elements del màrqueting: producte. Preu. Distribució. Promoció. Logística. Relació amb els clients.

Polítiques de comunicació:

La publicitat: concepte, principis i objectius. La publicitat il·lícita, els mitjans, suports i formes publicitàries.

Les relacions públiques.

La Responsabilitat Social Corporativa

h) Aplicació de procediments de qualitat en l'atenció al client:

La qualitat de servei com a element de la competitivitat de l'empresa:

Definició de qualitat de servei: factors que influeixen.

Actuació eficaç en el tracte amb el client.

Servei postvenda.

Tractament d'anomalies produïdes en la prestació del servei.

Procediments de control del servei:

La qualitat dels serveis.

Els estàndards de qualitat del servei.

L'anticipació als problemes.

Avaluació i control del servei:

El mesurament de la satisfacció del consumidor.

Solució als problemes de qualitat.

Control del servei postvenda:

Procediments utilitzats en la postvenda.

Postvenda: anàlisi de la informació.

Serveis d'assistència postvenda.

Utilització de les eines de gestió de gestió de relació amb clients (CRM) en la postvenda.

Fidelització de clients:

Elements de fidelització com a estratègia d'empresa.

Fidelització efectiva.

## **CRITERIS D'AVALUACIÓ**

1. Selecciona tècniques de comunicació, relacionant-les amb l'estructura i imatge de l'empresa i els fluxos d'informació existents en ella.

Criteris d'avaluació:

- a) S'ha reconegut la necessitat de comunicació entre les persones.
- b) S'ha distingit entre comunicació i informació.
- c) S'han distingit els elements i processos que intervenen en la comunicació.
- d) S'han reconegut els obstacles que poden existir en un procés de comunicació.
- e) S'ha determinat la millor forma i actitud a l'hora de presentar el missatge.
- f) S'han identificat els conceptes d'imatge i cultura de l'empresa.
- g) S'han diferenciat els tipus d'organitzacions i el seu organigrama funcional.
- h) S'han distingit les comunicacions internes i externes i els fluxos d'informació dins de l'empresa.
- i) S'ha seleccionat el destinatari i el canal adequat per a cada situació.

2. Transmet informació de forma oral, vinculant als usos i costums socioprofessionals habituals en l'empresa.

Criteris d'avaluació:

- a) S'han identificat els principis bàsics a tenir en compte en la comunicació verbal.
- b) S'ha identificat el protocol de comunicació verbal i no verbal en les comunicacions presencials i no presencials.
- c) S'han tingut en compte els costums socioculturals i els usos empresarials.
- d) S'ha identificat l'interlocutor, observant les degudes normes de protocol, adaptant la seva actitud i conversa a la situació de la qual es parteix.
- e) S'ha elaborat el missatge verbal, de manera concreta i precisa, valorant les possibles dificultats en la seva transmissió.
- f) S'ha utilitzat el lèxic i expressions adequats al tipus de comunicació i als interlocutors.
- g) S'ha presentat el missatge verbal elaborat utilitzant el llenguatge no verbal més adequat.
- h) S'han utilitzat equips de telefonia i informàtics aplicant les normes bàsiques d'ús.
- i) S'ha valorat si la informació és transmesa amb claredat, de forma estructurada, amb precisió, amb cortesia, amb respecte i sensibilitat.
- j) S'han analitzat els errors comesos i proposat les accions correctives necessàries.

3. Transmet informació escrita, aplicant les tècniques d'estil a diferents tipus de documents propis de l'empresa i de l'Administració Pública.

Criteris d'avaluació:

- a) S'han identificat els suports per a elaborar i transmetre els documents: tipus de paper, sobres i altres.
- b) S'han identificat els canals de transmissió: correu convencional, correu electrònic, fax, missatges curts o similars.
- c) S'han diferenciat els suports més apropiats en funció dels criteris de rapidesa, seguretat, i confidencialitat.

- d) S'ha identificat el destinatari observant les degudes normes de protocol.
- e) S'han classificat les tipologies més habituals de documents dins de l'empresa segons la seva finalitat.
- f) S'ha redactat el document apropiat, complint les normes ortogràfiques i sintàctiques en funció de la seva finalitat i de la situació de partida.
- g) S'han identificat les eines de cerca d'informació per elaborar la documentació.
- h) S'han utilitzat les aplicacions informàtiques de processament de textos o autoedició.
- i) S'han emplenat els llibres de registre d'entrada i sortida de correspondència i paqueteria en suport informàtic i / o convencional.
- j) S'ha utilitzat la normativa sobre protecció de dades i conservació de documents establerts per les empreses i institucions públiques i privades.
- k) S'han aplicat, en l'elaboració de la documentació, les tècniques 3R (reduir, reutilitzar, reciclar).

4. Arxiva informació en suport paper i informàtic, reconeixent els criteris d'eficiència i estalvi en els tràmits administratius.

Criteris d'avaluació:

- a) S'ha descrit la finalitat d'organitzar la informació i els objectius que es persegueixen.
- b) S'han diferenciat les tècniques d'organització d'informació que es poden aplicar en una empresa o institució, així com els procediments habituals de registre, classificació i distribució de la informació en les organitzacions.
- c) S'han identificat els suports d'arxiu i registre i les prestacions de les aplicacions informàtiques específiques més utilitzades en funció de les característiques de la informació a emmagatzemar.
- d) S'han identificat les principals bases de dades de les organitzacions, la seva estructura i funcions
- e) S'ha determinat el sistema de classificació, registre i arxiu apropiats al tipus de documents.
- f) S'han realitzat arbres d'arxius informàtics per ordenar la documentació digital.
- g) S'han aplicat les tècniques d'arxiu en els intercanvis d'informació telemàtica (intranet, extranet, correu electrònic).
- h) S'han reconegut els procediments de consulta i conservació de la informació i documentació i detectat els errors que poguessin produir-se en ell.
- i) S'han respectat els nivells de protecció, seguretat i accés a la informació, així com la normativa vigent tant en documents físics com en bases de dades informàtiques.
- j) S'han aplicat, en l'elaboració i arxiu de la documentació, les tècniques 3R (reduir, reutilitzar, reciclar).

5. Reconeix necessitats de possibles clients aplicant tècniques de comunicació.

Criteris d'avaluació:

- a) S'han desenvolupat tècniques de comunicació i habilitats socials que faciliten l'empatia amb el client en situacions d'atenció / assessorament al mateix.
- b) S'han identificat les fases que componen el procés d'atenció al client / consumidor / usuari a través de diferents canals de comunicació.
- c) S'han reconegut els errors més habituals que es cometien en la comunicació amb el client.
- d) S'ha identificat el comportament del client.
- e) S'han analitzat les motivacions de compra o demanda d'un servei del client.
- f) S'ha obtingut, si s'escau, la informació històrica del client.
- g) S'ha adaptat adequadament l'actitud i discurs a la situació de la qual es parteix.
- h) S'ha observat la forma i actitud adequades en l'atenció i assessorament a un client en funció del canal de comunicació utilitzat.
- i) S'han distingit les diferents etapes d'un procés comunicatiu.

6. Atén consultes, queixes i reclamacions de possibles clients aplicant la normativa vigent en matèria de consum.

Criteris d'avaluació:

- a) S'han descrit les funcions del departament d'atenció al client en empreses.
- b) S'ha interpretat la comunicació rebuda per part del client.
- c) S'han identificat els elements de la queixa / reclamació.
- d) S'han reconegut les fases que componen el pla intern de resolució de queixes / reclamacions.
- e) S'ha identificat i localitzat la informació que cal subministrar al client.
- f) S'han utilitzat els documents propis de la gestió de consultes, queixes i reclamacions.
- g) S'ha emplenat, si s'escau, un escrit de resposta utilitzant mitjans electrònics o altres canals de comunicació.
- h) S'ha reconegut la importància de la protecció del consumidor.
- i) S'ha identificat la normativa en matèria de consum.
- j) S'han diferenciat els tipus de demanda o reclamació.

7. Potencia la imatge d'empresa reconeixent i aplicant els elements i eines del màrqueting.

Criteris d'avaluació:

- a) S'ha identificat el concepte de màrqueting.
- b) S'han reconegut les funcions principals del màrqueting.
- c) S'ha valorat la importància del departament de màrqueting.
- d) S'han diferenciat els elements i eines bàsics que componen el màrqueting.
- e) S'ha valorat la importància de la imatge corporativa per aconseguir els objectius de l'empresa.
- f) S'ha valorat la importància de les relacions públiques i l'atenció al client per a la imatge de l'empresa.
- g) S'ha identificat la fidelització del client com un objectiu prioritari del màrqueting.

8. Aplica procediments de qualitat en l'atenció al client identificant els estàndards establerts.

Criteris d'avaluació:

- a) S'han identificat els factors que influeixen en la prestació del servei al client.
- b) S'han descrit les fases del procediment de relació amb els clients.
- c) S'han descrit els estàndards de qualitat definits en la prestació del servei.
- d) S'ha valorat la importància d'una actitud proactiva per anticipar-se incidències en els processos.
- e) S'han detectat els errors produïts en la prestació del servei.
- f) S'ha aplicat el tractament adequat en la gestió de les anomalies produïdes.
- g) S'ha explicat el significat i importància del servei postvenda en els processos comercials.
- h) S'han definit les variables constitutives del servei post-venda i la seva relació amb la fidelització del client.
- i) S'han identificat les situacions comercials que necessiten seguiment i servei post-venda.
- j) S'han descrit els mètodes més utilitzats habitualment en el control de qualitat del servei post-venda, així com les seves fases i eines.

## **BIBLIOGRAFIA**

“Comunicació empresarial i atenció al client” Alberto Cadiñanos Fernández, Gerardo Álvarez Rodríguez. Editorial Mc Graw-Hill.



**IES Ses Estacions**  
**DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ**  
**PROVES LLIURES**

C/ Marquès de la Fonstsanta nº  
12  
07005 Palma de Mallorca  
971770267  
sesestacions@gmail.com

