

HOTR01. Atención al cliente en hostelería

Código del curso: PD001

Horas: 60

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD001

Unidad 1: Técnicas de atención al cliente en el sector hostelero.

Identificación de los conocimientos verbales y no verbales en la atención al cliente en hostelería.

Introducción al sector hostelero.

Sectores de la restauración.

Factores significativos en la atención al cliente en actividades de servicio de ocio y turismo I.

Factores importantes en la atención al cliente en actividades de servicio de ocio y turismo II.

Actitudes personales en la atención al cliente.

Comunicación verbal: mensajes facilitadores.

El lenguaje y el vocabulario.

Comunicación no verbal: kinésica, proxémica, icónica I.

Comunicación no verbal: kinésica, proxémica, icónica II.

Comunicación paraverbal.

Diferencia de las técnicas de comunicación con el cliente en hostelería.

Componentes de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código I.

Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código II.

Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código III.

Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código IV.

Impedimentos de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otras barreras I.

Barreras de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otros obstáculos II.

Barreras de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otras barreras III.

Barreras de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otras barreras IV.

Estilos de comunicación: agresivo, pasivo, asertivo I.

Estilos de comunicación: agresivo, pasivo, asertivo II.

Estilos de comunicación: agresivo, pasivo, asertivo III.

Aspectos a tener en cuenta en la atención eficaz al cliente en el sector hostelero.

Componentes fundamentales de la Inteligencia emocional.

Contacto directo con el consumidor: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal I.

Contacto directo con el cliente: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal II.

Contacto indirecto con el cliente: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal III.

Contacto no directo con el cliente: telefónico, escrito, webs, redes sociales I.

Contacto no directo con el cliente I: telefónico, escrito, webs, redes sociales II.

Contacto no directo con el cliente I: telefónico, escrito, webs, redes sociales III.

Importancia de la tríada conocimientos, capacidades y actitud en la atención al cliente hostelero.

Válvulas de Escape Neurotransmisores I.

Válvulas de Escape Neurotransmisores II.

Unidad 2: Fases de la atención al usuario en hostelería.

Desarrollo de las fases en la atención al usuario en hostelería.

Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta I.

Recibimiento, información, objeciones, despedida, post-venta II.

Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta III.

Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta IV.

Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta V.

Aplicación de la técnica de AIDA en hostelería.

Aplicación del decálogo de las pautas fundamentales en la atención eficaz al cliente.

Captar la atención del cliente

Dar la bienvenida al cliente con amabilidad y cortesía.

Capacidad de escucha.

Dominio del lenguaje verbal.

Dominio del lenguaje no verbal.

Utilización de la sonrisa.

Mantenimiento reiterado de una actitud de servicio.

Resolución inmediata de conflictos.

Cumplimiento de compromisos.

Identificación de los tipos de clientes en hostelería basados en sus actitudes y conducta.

Cliente lento, indiferente o distraído, reservado.
Cliente dominante, indeciso, vanidoso, impulsivo.
Cliente desconfiado, preciso, locuaz.
Otros clientes.

Aplicación de programas de fidelización y evaluación.

Fidelización del cliente en hostelería.
Ventas sustitutivas y ventas cruzadas en hostelería I.
Ventas alternativas y ventas cruzadas en hostelería II.
Técnicas de evaluación en el sector hostelero: evaluación de calidad, encuestas de evaluación, plataformas de evaluación/valoración online I.
Técnicas de evaluación en hostelería: evaluación de calidad, encuestas de evaluación, plataformas de evaluación/valoración online II.

Unidad 3: Gestión de reclamaciones en hostelería y resolución de problemas.

Identificar diferentes tipos de reclamaciones o situaciones de conflicto.

Diferencias entre sugerencias, quejas y demandas I.
Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones II.
Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones III.
Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones IV.
Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones V.
Reclamaciones y sugerencias más usuales en hostelería: restauración y servicios de alojamiento I.
Reclamaciones y/o quejas más usuales en hostelería: restauración y servicios de alojamiento II.
Reclamaciones y/o quejas más usuales en hostelería: restauración y servicios de alojamiento III.

Pasos importantes en la resolución de reclamaciones y conflictos.

Capacidades sociales para resolver conflictos: impresión del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad I.
Habilidades sociales para la resolución de conflictos: percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad II.
Habilidades sociales para la resolución de conflictos: percepción del cliente, aplicación de emociones, escucha activa, empatía, asertividad III.
Habilidades sociales para la resolución de conflictos percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad IV.

Habilidades sociales para la resolución de conflictos. Percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad V.

Convertir dificultades en oportunidades I.

Convertir problemas en oportunidades II.

Convertir problemas en oportunidades III.

Convertir dificultades en oportunidades IV.

Convertir dificultades en oportunidades V.

Aprender de la experiencia I.

Aprender de la experiencia II.

Aprender de la destreza III.

Aprender de la experiencia IV.

Normativa existente respecto al amparo de los consumidores y usuarios.

Normativa de la UE respecto a la seguridad de los consumidores y usuarios I.

Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y clientes II.

Normativa de la UE respecto a la protección de los clientes y usuarios III.

Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios IV.

Normativa de la UE respecto al amparo de los consumidores y usuarios V.

Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios VI.

Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios VI.

Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios VIII.

Reglas aplicables en España respecto a la protección de los clientes y usuarios I.

Normativa aplicable en España respecto al cuidado de los consumidores y usuarios II.

¿Qué aprenderás?

Atender a los clientes en el entorno de la hostelería, realizando una correcta recepción de los mismos mediante la aplicación de las técnicas de atención y comunicación según el tipo de cliente y el tipo de demanda de información o reclamación efectuada, así como gestionar los programas de fidelización y evaluación después de la realización del servicio.

Capacitar al alumnado para desarrollar todas las técnicas necesarias para llevar a cabo un correcto contacto estrecho con el cliente favoreciendo el desarrollo de competencias y habilidades a cerca de la comunicación y la correcta atención al consumidor.

Procesar los métodos de acogida, despedida y atención al cliente identificando las fases y factores primordiales para conseguir su satisfacción.

Aplicar las diferentes técnicas de comunicación en el servicio con atención y amabilidad, procurando cubrir sus hábitos, gustos y necesidades de información, conociendo las etapas y los factores claves para

conseguir su complacencia.

Establecer un correcto contacto inmediato con el cliente: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal.

Argumentar la necesidad de atender a los futuros clientes con cortesía y elegancia, potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.

Fomentar la empatía y asertividad como fundamento para la detección de las necesidades del cliente.

Asimilar normas básicas de trabajo y procedimientos a seguir relativos al trato con el cliente.

Conocer en qué consiste la atención al cliente hostelero.

Comprender los factores económicos que rigen la atención al cliente.

Saber cuáles son las fases de la atención al cliente.

Tener claro qué es atención y qué es servicio.

Conocer cuáles son los errores que hay que evitar.

Conocer las fórmulas para orientarse al cliente.

Entender la envergadura de la comunicación con el usuario y del servicio de calidad.

Entrenar las capacidades sociales y la inteligencia emocional en las relaciones con clientes.

Lograr superar quejas y reclamaciones para fidelizar clientes.

Distinguir los diferentes clientes y sus necesidades para saber responder según su tipología.

Planificar, organizar y gestionar todos los pasos a tener en cuenta ante una reclamación.

Asimilar la envergadura de la gestión efectiva de las reclamaciones del usuario.

Desarrollar las pautas efectivas en la gestión de los problemas con el fin de resolverlos de manera adecuada.

Disponer de buenas prácticas en cuanto a salvaguardar los derechos de los consumidores y usuarios.