



Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo

REF: K440
HORAS: 30 horas lectivas
HORAS: 05 horas practicas

OBJETIVOS

Curso de capacitación para la obtención de la unidad formativa Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo (código UF0042), perteneciente al módulo formativo MF0263_3: Acciones comerciales y reservas. Curso que trata sobre cómo aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente de uso común en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

Se analizan cómo funcionan los sistemas de comunicación y su aplicación al sector hostelero y turístico con tal que las relaciones que se puedan establecer con el cliente se lleven a cabo de la forma más eficaz posible.

Introducción

Describe qué es un certificado de profesionalidad e identifica la unidad formativa correspondiente al curso. Muestra los principales objetivos del curso de Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo (código UF0042) del certificado de profesionalidad Recepción en alojamientos (HOTA0308).
Contenido: 1. Certificado de profesionalidad. 2. Comunicación y atención al cliente en hostelería.

La comunicación

Se describe el concepto de comunicación, los elementos básicos que constituyen el proceso de comunicación, así como la importancia que tiene la comunicación en empresas hoteleras y servicios turísticos. Contenido: 1. Introducción. 2. Elementos de la comunicación. 3. La comunicación y la empresa.

Comunicación óptima en la atención al cliente

Se destaca la importancia que la comunicación juega en las personas en su vida cotidiana, además de ser una herramienta estratégica para las empresas. Se muestran los distintos niveles de comunicación en una empresa, así como los aspectos que deben tenerse en consideración para lograr una comunicación óptima. Contenido: 1. Importancia de la comunicación. 2. Niveles de comunicación. 3. Aspectos de una comunicación óptima.

Barreras en la comunicación

Se muestran aquellos elementos presentes en el emisor, la transmisión del mensaje, el receptor o la retroalimentación, que actúan como barreras en la comunicación, haciendo que esta sea deficiente, así como los errores que se producen en el proceso de la comunicación causando la pérdida de objetivos planteados por el emisor para transmitir una información. Contenido: 1. Problemas en la comunicación. 2. Pérdidas de información en la comunicación. 3. Errores en el proceso de comunicación.



La comunicación eficaz en situaciones difíciles

Ante toda una serie de situaciones que dificultan el proceso de comunicación, se indican una serie de técnicas de comunicación que posibiliten la mejora de nuestras relaciones personales y profesionales.

Contenido: 1. Situaciones difíciles en la comunicación. 2. Situaciones inesperadas. 3. Técnicas para mejorar la comunicación.

El lenguaje verbal

Se examinan las características del lenguaje verbal, en su forma oral y escrita, como medios de comunicación, sobre todo en la atención al cliente. Contenido: 1. Introducción. 2. El lenguaje verbal oral. 3. El lenguaje verbal escrito. 4. El lenguaje verbal en la atención al cliente.

El lenguaje no verbal (I)

Se estudian los distintos componentes del lenguaje no verbal, como postura corporal, los gestos, la expresión facial, la mirada y la sonrisa, que influyen también en el proceso de comunicación.

Contenido: 1. Aspectos del lenguaje no verbal. 2. Postura corporal. 3. Los gestos. 4. La expresión facial. 5. La mirada. 6. La sonrisa.

El lenguaje no verbal (II)

Se estudia la influencia del cuerpo, con su postura y movimientos que intervienen en el proceso de la comunicación. También se estudia la proxémica y los distintos aspectos paralingüísticos que debemos de tener en cuenta en nuestras comunicaciones. Contenido: 1. El lenguaje de nuestro cuerpo. 2. La proxémica. 3. Paralingüística.

Actitudes ante las situaciones difíciles

Muestra las actitudes que debemos tener en la comunicación con el cliente ante determinadas situaciones difíciles que se suelen presentar, salvándolas aplicando el autocontrol, la empatía y la asertividad. Contenido: 1. Introducción. 2. Autocontrol. 3. Empatía. 4. Asertividad.

Técnicas de comunicación más habituales

Se indican algunas técnicas para mejorar la comunicación y, en concreto, comunicar la información para poder vender los productos y/o los servicios de nuestra empresa mediante la comunicación personal, mediante la publicidad o por medio de relaciones públicas. Contenido: 1. Aspectos para mejorar la comunicación. 2. La comunicación personal. 3. Comunicación mediante la publicidad. 4. Comunicación por medio de relaciones públicas.

Resolución de problemas de comunicación

Contempla que habilidades y comportamientos deben tenerse en cuenta para resolver aquellos problemas y situaciones difíciles que pueden tener lugar en el proceso de comunicación con los clientes. Contenido: 1. Comportamientos a adoptar. 2. Conductas de comunicación. 3. Habilidades a desarrollar.

La comunicación telefónica y telemática

Muestra las características en el sector hostelero y turístico de los dos tipos de comunicación más importantes en cuanto a la relación que establecen con los clientes: la comunicación telefónica y la telemática. Contenido: 1. Comunicación telefónica. 2. Comunicación telemática.



ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

Se analizan los diferentes tipos de clientes con los que nos podemos encontrar en el sector turístico y hostelero, así como actuar en cada caso incluso cuando su insatisfacción llegue al punto de que pongan algún tipo de queja o reclamación. Igualmente veremos la normativa sobre los derechos que tenemos como clientes.

La atención al cliente

Se describe la importancia que tiene la atención al cliente para cualquier empresa, y en especial en aquellas cuya actividad principal sea la venta de productos y/o servicios. Explica los distintos tipos de clientes, atendiendo a aspectos como su personalidad y actitud, así como el tratamiento de los clientes difíciles y la técnica del CRM (Customer Relationship Management). Contenido: 1. Introducción. 2. Tipos de clientes. 3. Cliente según su personalidad. 4. Cliente según su actitud. 5. La técnica del CRM. 6. Clientes difíciles y su tratamiento.

Atención personalizada

Contempla los conceptos y características de la atención personalizada, el servicio al cliente, la orientación al cliente, así como la forma de tratar a los clientes difíciles. Contenido: 1. Introducción. 2. Servicio al cliente. 3. Orientación al cliente. 4. Armonizar y reconducir a los clientes en situaciones difíciles.

El tratamiento de situaciones difíciles

Explica los conceptos de queja y reclamación en empresas que conforman el sector turístico y hostelero, con qué medios cuenta el cliente para emitir una reclamación, así como el tratamiento eficaz de las mismas. Contenido: 1. Quejas y reclamaciones. 2. Gestión de las reclamaciones. 3. Medios para emitir una reclamación. 4. Transformar situaciones de insatisfacción.

Tipología de las reclamaciones

Se estudian los tipos de reclamaciones, las posibles vías que puede seguir el cliente que ha formulado una reclamación, así como la normativa sobre los derechos que amparan a los consumidores. Contenido: 1. Actitud frente a las quejas o reclamaciones. 2. Tratamiento de las reclamaciones. 3. Normativa sobre derechos de los consumidores y usuarios.