



Comunicació i atenció al client

CFGS.ADM.M01/0.14

CFGS - Administració i finances
CFGS - Assistència a la direcció



Aquesta col·lecció ha estat dissenyada i coordinada des de l'Institut Obert de Catalunya.

Redacció de continguts

Isabel Aller Castro
Roser Ferré Guardiola
Carme Garcia Pellicer
Rubén Pino Garcia

Adaptació de continguts

Carme Garcia Pellicer
Pilar Bertrams Costa

Primera edició: setembre 2014
© Departament d'Ensenyament
Dipòsit legal: DL B 14721-2017



Llicenciat Creative Commons BY-NC-SA. (Reconeixement-No comercial-Compartir amb la mateixa llicència 3.0 Espanya).

Podeu veure el text legal complet a

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/legalcode.ca>

Introducció

La comunicació avui dia és una eina de gestió estratègica, una inversió de futur en l'àmbit de les organitzacions.

Una bona comunicació en el si de l'organització permet una bona comprensió de la missió que tenen, així com de la visió de la seva cultura empresarial per part dels membres que la formen.

En els darrers anys els mitjans comunicatius (webs, blocs, intranets...) han incorporat moltes innovacions, i actualment ja permeten fluxos de comunicació en temps real. Això dificulta la divisió entre comunicació interna i externa, ja que un client pot fer suggeriments sobre com organitzar o gestionar l'empresa, i a la vegada un empleat pot ser-ne consumidor.

L'administratiu/va és un element clau en el procés comunicatiu que té lloc a l'empresa o institució. Comunicar-se oralment i per escrit d'una manera precisa i fluïda és una de les capacitats bàsiques d'aquesta professió, de la mateixa manera que saber gestionar la documentació que es pugui generar.

En aquest mòdul s'han introduït un seguit de continguts que van d'allò més general i introductor a allò més concret, per passar a abordar, tot seguit, les particularitats de cada forma de comunicació (oral i escrita) i les característiques concretes de la documentació administrativa.

En la unitat "Processos de comunicació oral a l'empresa" s'estudien els aspectes generals de la comunicació com a via d'entesa entre les persones, així com els elements que intervenen en el procés comunicatiu, i els entrebancs de la comunicació.

Però comunicar és molt més que transmetre informació: és transmetre actituds, sentiments, etc. Per això s'exploren també els tipus de comunicació verbal i no verbal –sovint, un gest pot contradir la paraula– i s'explica la superposició entre la comunicació humana i el processament d'informació aplicant-lo al context de les organitzacions.

En la unitat "Les comunicacions escrites a l'empresa o institució" s'analitza la necessitat de recórrer a la comunicació escrita com a via de transmissió de la informació a les organitzacions. Es fa un repàs de les fases en la creació d'un escrit, i de les principals normes de coherència i cohesió dels textos que garanteixen uns mínims de qualitat i eficàcia. Finalment, es valorarà la importància de la comunicació escrita com a instrument en la creació de la imatge corporativa de la institució i s'hi detallaran les normes de comunicació i expressió escrita, els estils de redacció, correcció ortogràfica i vocabulari administratiu i comercial, entre d'altres. També s'identificaran les parts de la carta comercial i es treballarà globalment amb totes les formes que presenta.

En la unitat "Atenció al client", s'aborden les comunicacions de màrqueting, que de vegades també s'engloben sota el terme *promoció*. Es relacionaran els diferents nivells per a l'assoliment del màrqueting de relació amb els clients i els

instruments per a la posada en marxa.

El client forma part de l'organigrama de l'empresa. I l'empresa ha d'escoltar el que diu el client, reaccionar i adaptar-se als canvis que proposa pel que fa a la qualitat del servei o del producte mitjançant els elements de mesura que l'empresa posa al seu abast.

Les empreses usen un model de gestió que es basa en l'orientació al client. El departament d'atenció al client és l'encarregat de gestionar les consultes, queixes i reclamacions dels clients i posa en marxa els mecanismes de tramitació i gestió per resoldre-les.

S'exposarà també el concepte de valor del producte o servei per al client, així com les característiques i eines de l'estratègia de fidelització, considerant que la repetició de compra és la base per a l'èxit de tota empresa, més que no pas la captació de nous clients; i s'explicaran els processos de posicionament, servei postvenda i responsabilitat social del màrqueting, parant especial atenció als canals escrits de relació amb el client dins del màrqueting directe, i al tractament de les queixes o reclamacions per escrit com un dels objectius del màrqueting de relació.

En la unitat "Gestió documental, arxiu i registre" es fa un repàs de les accions que cal portar a terme amb la documentació rebuda per tal d'ordenar-la i registrar-la en una primera fase del que serà el procés d'arxivament. S'enumeraran els serveis disponibles a Correus i en altres empreses privades a l'hora d'enviar qualsevol sobre o paquet a l'exterior, depenent de la seva urgència, i es farà esment de la normativa sobre la protecció de dades de caràcter personal.

Però a més de la documentació que arriba de l'exterior o que s'envia, les empreses també generen altres documents en suport paper que serà necessari conservar, ordenar i classificar utilitzant un mètode que permeti la seva ràpida localització en un futur.

S'analitzarà la finalitat que persegueix la conservació i l'arxivament de la documentació i es detallaran els diferents mitjans materials que s'utilitzen en el procés.

Per a assolir correctament els continguts del mòdul és molt important que es treballin totes les activitats que es proposen al material web. Cal recordar que les exposicions orals i l'escriptura, com qualsevol altre aprenentatge de tipus experimental, només s'aprèn a partir d'aplicar-la i experimentar-la.

Resultats d'aprenentatge

En finalitzar aquest mòdul l'alumne/a:

Processos de comunicació oral a l'empresa o institució

1. Caracteritza les tècniques de comunicació institucional i promocional, distingint entre internes i externes.
2. Organitza i realitza comunicacions orals presencials i no presencials, aplicant les tècniques i adaptant-les a la situació i a l'interlocutor.

Les comunicacions escrites a l'empresa o institució

1. Caracteritza les tècniques de comunicació institucional i promocional, distingint entre internes i externes.
2. Supervisa i elabora documents escrits de caràcter professional, aplicant criteris lingüístics, ortogràfics i d'estil, i utilitzant aplicacions informàtiques de processament de textos i autoedició.

Atenció al client

1. Identifica les tècniques més adequades en la relació i atenció als clients/usuaris.
2. Gestiona consultes, queixes i reclamacions de possibles clients, aplicant la normativa vigent.
3. Aplica tècniques de comunicació, identificant les més adequades en la relació i atenció als clients/usuaris.
4. Gestiona consultes, queixes i reclamacions de possibles clients, aplicant la normativa vigent.
5. Organitza el servei postvenda, relacionant-lo amb la fidelització del client.

Gestió documental, arxiu i registre

1. Determina els processos de recepció, registre, distribució i recuperació de comunicacions escrites, aplicant criteris específics per a cadascuna d'aquestes tasques.

Continguts

Comunicació oral i escrita a l'empresa o institució

Unitat 1

Processos de comunicació oral a l'empresa o institució

1. L'organització empresarial i els fluxos de comunicació
2. La comunicació oral a l'empresa

Unitat 2

Les comunicacions escrites a l'empresa o institució

1. La comunicació escrita a l'empresa
2. Elaboració de documents professionals escrits

Atenció al client

Unitat 3

Atenció al client

1. L'atenció al client
2. La comunicació de màrqueting amb el client
3. Els serveis postvenda

Gestió documental, arxiu i registre

Unitat 4

Gestió documental, arxiu i registre

1. Tractament de la correspondència
2. Classificació, ordenació i arxivament de la documentació
3. Sistemes electrònics de gestió documental