ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Atención al Cliente y Calidad del Servicio en la Empresa Comercial

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Atención al Cliente y Calidad del Servicio en la Empresa Comercial de ICUFOR, una propuesta académica diseñada para profesionales que buscan destacar en un mercado donde la experiencia del cliente marca la diferencia competitiva. En un entorno empresarial cada vez más exigente, dominar las claves de una atención excelente se ha convertido en un factor estratégico imprescindible para cualquier organización comercial.

A lo largo de esta formación, profundizarás en los fundamentos de la comunicación efectiva, las técnicas de gestión de quejas y reclamaciones, y las estrategias de fidelización que transforman clientes ocasionales en embajadores de marca.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos teóricos y conceptuales de la atención al cliente en la empresa comercial, identificando los conceptos clave de servicio, calidad, satisfacción y experiencia del cliente.

Conocer los principales modelos y sistemas de gestión de la calidad del servicio, diferenciando sus dimensiones, indicadores y procesos de estandarización y certificación.

Gestionar eficazmente quejas, reclamaciones y situaciones conflictivas, implementando protocolos estructurados de resolución, mediación y prevención de incidencias.

Incorporar las herramientas digitales y los nuevos canales de atención al cliente, comprendiendo el impacto de la transformación digital, la omnicanalidad y la inteligencia artificial en el sector comercial.

Dominar las técnicas de comunicación y las habilidades interpersonales necesarias en la relación con el cliente, aplicando la escucha activa, la empatía, la asertividad y la persuasión en contextos comerciales.

Aplicar las técnicas y herramientas operativas de atención al cliente, utilizando protocolos específicos y sistemas CRM adaptados a los distintos canales de interacción comercial.

Diseñar estrategias de fidelización y relación a largo plazo con el cliente, fundamentando las decisiones en el análisis del valor del cliente y los principios del marketing relacional.

Desarrollar sistemas de medición, evaluación y mejora continua de la calidad del servicio, utilizando indicadores clave y metodologías de análisis orientados a la toma de decisiones estratégicas.

Temario

01 Fundamentos teóricos y conceptuales de la atención al cliente en la empresa comercial

1.1. Evolución histórica de la atención al cliente en el ámbito comercial
1.2. Conceptos clave: servicio, calidad, satisfacción y experiencia del cliente
1.3. El cliente como centro de la estrategia empresarial: del enfoque de producto al enfoque de cliente
1.4. Marco normativo y regulatorio aplicable a la atención al cliente en el contexto español y europeo
1.5. El papel de la cultura organizacional en la orientación al cliente

02 Comunicación y habilidades interpersonales en la relación con el cliente

2.1. Principios fundamentales de la comunicación en contextos comerciales
2.2. Escucha activa y empatía como competencias clave del profesional de atención al cliente
2.3. Asertividad y gestión emocional en la interacción con el cliente
2.4. Técnicas de persuasión y negociación aplicadas al ámbito comercial
2.5. Barreras comunicativas frecuentes y estrategias para su superación
2.6. Adaptación del estilo comunicativo al perfil, contexto y necesidades específicas del cliente

Temario

03 Gestión integral de la calidad del servicio en la empresa comercial

3.1. Fundamentos y dimensiones del concepto de calidad del servicio
3.2. Modelos teóricos de referencia en la calidad del servicio
3.3. Sistemas de gestión de la calidad: normas ISO aplicables al servicio al cliente
3.4. Diseño y estandarización de procesos de atención al cliente en la empresa comercial
3.5. Indicadores clave de rendimiento (KPI) en la evaluación de la calidad del servicio
3.6. Costes de la no calidad y su impacto en la rentabilidad de la empresa comercial
3.7. Benchmarking y adopción de mejores prácticas en calidad del servicio en el sector comercial
3.8. Gestión por procesos y cadena de valor del servicio al cliente

Temario

04 Técnicas y herramientas operativas para la atención al cliente

4.1. El proceso de atención al cliente: fases, secuencia y puntos críticos de intervención
4.2. Atención presencial en el punto de venta: protocolos y buenas prácticas profesionales
4.3. Atención telefónica: estructura de la llamada, guiones y gestión eficaz de la comunicación
4.4. Atención al cliente por correo electrónico y otros canales de comunicación escrita
4.5. Herramientas CRM para la gestión integral de la relación con el cliente
4.6. Personalización del servicio y gestión proactiva de las expectativas del cliente

Temario

05 Gestión de quejas, reclamaciones y situaciones conflictivas con el cliente

5.1. Naturaleza y tipología de las quejas y reclamaciones en el entorno comercial
5.2. Marco legal aplicable a las reclamaciones: hojas de reclamaciones y normativa de protección al consumidor
5.3. Protocolos estructurados de gestión de quejas y reclamaciones
5.4. Técnicas de mediación y resolución de conflictos en la interacción con el cliente
5.5. Transformación de quejas y reclamaciones en oportunidades de mejora y fidelización
5.6. Prevención de conflictos recurrentes mediante el análisis sistemático de causas raíz
5.7. Gestión emocional del profesional ante situaciones de alta exigencia y conflicto

Temario

06 Fidelización del cliente y estrategias de relación a largo plazo en el comercio

6.1. Fundamentos de la fidelización: satisfacción, lealtad y retención del cliente
6.2. Marketing relacional y su aplicación estratégica en la empresa comercial
6.3. Programas de fidelización: diseño, implementación y evaluación de resultados
6.4. Gestión del valor del cliente a lo largo del tiempo: el concepto de Customer Lifetime Value
6.5. Estrategias de recuperación y reactivación de clientes insatisfechos o perdidos

07 Transformación digital y nuevos canales de atención al cliente en el sector comercial

7.1. Impacto de la transformación digital en la atención al cliente de la empresa comercial
7.2. Atención al cliente en redes sociales y plataformas digitales
7.3. Chatbots, asistentes virtuales e inteligencia artificial aplicados a la atención al cliente
7.4. Comercio electrónico y particularidades de la atención al cliente en entornos de venta online
7.5. Protección de datos personales y privacidad en la atención digital al cliente
7.6. Tendencias emergentes y prospectiva en la atención al cliente del sector comercial

Temario

08 Medición, evaluación y mejora continua de la calidad del servicio al cliente

8.1. Diseño de sistemas integrales de medición de la satisfacción del cliente
8.2. Análisis e interpretación de datos del servicio para la toma de decisiones estratégicas
8.3. El ciclo de mejora continua (PDCA) aplicado a la gestión de la atención al cliente
8.4. Formación y desarrollo continuo del equipo humano de atención al cliente

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

