

Estándar de competencias profesionales

Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

Familia Profesional	Comercio y Marketing
Nivel	2
Código	ECP0241_2
Estado	BOE
Publicación	Orden EFP/63/2021

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, considerando la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal con el fin de atender su demanda y cumplir sus expectativas.

IC1.1 La primera toma de contacto con el cliente, consumidor y usuario se efectúa, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-.

IC1.2 Los datos personales se solicitan, en su caso, de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización.

IC1.3 La información solicitada se obtiene, de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles.

- IC1.4** La información se proporciona con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos por la organización.
- IC1.5** La demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario se resuelve personalmente permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad, según las normas internas establecidas por la organización.
- IC1.6** La despedida con el cliente, consumidor y usuario se efectúa contrastando que las demandas del cliente quedan resueltas con preguntas sobre la necesidad de facilitar más información, según el canal utilizado y los protocolos establecidos por la organización.
- EC2** Efectuar el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido, ofertar en su caso, programas de fidelización de clientes, consumidores y usuarios a través de los canales de comercialización, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, según los criterios establecidos por la organización para premiar su lealtad con un sistema de incentivos y vincularle a la marca, producto o servicio adquirido.
- IC2.1** La relación con el cliente, consumidor y usuario se mantiene durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio.
- IC2.2** Las posibles incidencias en el proceso postventa se resuelven, dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior.
- IC2.3** El programa de fidelización al cliente, consumidor y usuario se ofrece, en su caso, premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, su lealtad con la marca del producto y/o servicio.
- IC2.4** El programa de fidelización de clientes se tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros-.
- IC2.5** El documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización.
- EC3** Tramitar la información y documentación facilitada por el cliente, consumidor y usuario de forma coordinada con el resto del equipo, utilizando aplicaciones de gestión con clientes y técnicas organizativas, según la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de disponer de datos que optimicen costes de gestión y tiempos de acceso.

- IC3.1** La información recibida se registra en las aplicaciones informáticas de gestión de relaciones con la clientela, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas internas de la organización.
 - IC3.2** La documentación recibida del cliente, consumidor o usuario se clasifica de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización.
 - IC3.3** La documentación se codifica, en su caso, según los procedimientos establecidos por la organización, generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información.
 - IC3.4** La información registrada y/o clasificada se almacena en los dispositivos de seguridad - unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización.
 - IC3.5** Las consultas de clientes, consumidores o usuarios se efectúan, aplicando métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por diferentes canales de comunicación, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado.
 - IC3.6** Las bases de datos de la organización se actualizan con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios.
- EC4** Ejecutar instrucciones de evaluación del grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios sobre el servicio prestado, recopilando la información proporcionada según el canal de comunicación, con el fin de optimizar el proceso de gestión y mejorar la calidad del servicio prestado.
- IC4.1** Las posibles deficiencias en el servicio prestado se detectan, recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos por la organización.
 - IC4.2** La información recopilada sobre clientes, consumidores y usuarios se registra en las aplicaciones informáticas correspondientes y/o se archivan de forma manual, según los procedimientos establecidos por la organización.
 - IC4.3** La información recopilada se contrasta, en su caso, con la archivada sobre informes de satisfacción, documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.

- IC4.4** Las incidencias detectadas durante del proceso de atención al cliente en productos y/o servicios, se transmiten al superior jerárquico, utilizando los medios y procedimientos establecidos por la organización y en su caso, resolviendo en el ámbito de su responsabilidad.
- IC4.5** Las reclamaciones, quejas y/o sugerencias expresadas por los clientes, consumidores y usuarios se contrastan con la información procedente de las aplicaciones de gestión de clientes, analizando su tipología y fin.
- IC4.6** Los informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios se elaboran con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado.
- IC4.7** La calidad del servicio se gestiona, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Auxiliares administrativos con tareas de atención al público

Gestores comerciales en atención de clientes

Medios de producción

Canales de comunicación presencial y no presencial: telefonía, e-mail, sms, página web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales. Aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes: CRM (Customer Relationship Management). Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning). Manuales. Folletos. Documentos informativos. Publicidad. Formularios de registro de entrada de información. Ordenes de trabajo. Canales de comunicación. Dispositivos de copias de seguridad: unidades de memoria externas, internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros. Encuestas. Formularios. Informes de satisfacción. Documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.

Información utilizada o generada

Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normas de la organización para la gestión de clientes, consumidores y usuarios. Información del cliente, consumidor y usuario procedente de: informes de satisfacción, consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otros. Bases de datos. Registros de entrada de consultas y reclamaciones. Procedimiento interno de calidad. Registros de satisfacción del cliente. Informes de propuestas de mejora. Manuales de gestión de clientes de la organización. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre publicidad y comercio electrónico. Normativa sobre resolución de conflictos en materia de consumo. Normativa sobre igualdad efectiva entre hombres y mujeres. Normativa sobre igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad