



HOTR01. Atención al cliente en hostelería

Objetivos

□ **Objetivo General**

- 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.

□ **Objetivos Específicos**

- 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.

Contenidos

HOTR01. Atención al cliente en hostelería	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Técnicas de atención al cliente en el sector hostelero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los conocimientos verbales y no verbales en la atención al cliente en hostelería. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. 	
Actividad de evaluación UA 01	1 hora
Autoevaluación UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	19 horas
<p>Unidad 2: Fases de la atención al usuario en hostelería.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollo de las fases en la atención al usuario en hostelería. <ul style="list-style-type: none"> ○ Acogida, información, objeciones, despedida, 	

<ul style="list-style-type: none"> 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ Cliente lento, indiferente o distraído, reservado. ○ Cliente dominante, indeciso, vanidoso, impulsivo. ○ Cliente desconfiado, preciso, locuaz. ○ Otros clientes. ● Aplicación de programas de fidelización y evaluación. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. 	
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p>1 hora</p>
<p>Autoevaluación UA 02</p>	<p>30 minutos</p>

Tiempo total de la unidad	20 horas
<p>Unidad 3: Gestión de reclamaciones en hostelería y resolución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar diferentes tipos de reclamaciones o situaciones de conflicto. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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 	

<p>conflictos Percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad V.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <p>• Normativa existente respecto al amparo de los consumidores y usuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. 	
Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Autoevaluación UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	20 horas
Examen final	1 hora
3 unidades	60 horas