

# OPERACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, VENTA Y ADMINISTRACIÓN EN CENTROS VETERINARIOS



**Área:** Sanidad  
**Modalidad:** Teleformación  
**Duración:** 60 h  
**Precio:** 420.00€

[Curso Bonificable](#)  
[Contactar](#)  
[Recomendar](#)  
[Matricularme](#)

## OBJETIVOS

- Aprender las técnicas de comunicación referentes a las labores de asesoramiento a clientes. - Desarrollar las técnicas de venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización y aplicar técnicas de organización del almacén de un establecimiento comercial en función de criterios previamente definidos. - Aplicar los procedimientos de registro, facturación y cobro de las operaciones de venta y servicios manejando los equipos según instrucciones. - Aprender las técnicas de organización de la información tanto manuales como informáticas manejando sistemas de archivo y base de datos. - Asimilar los principios básicos de contabilidad y de fiscalidad que faciliten el cumplimiento de los requisitos administrativos del centro veterinario.

## CONTENIDOS

MÓDULO 1. OPERACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, VENTA Y ADMINISTRACIÓN EN CENTROS VETERINARIOS UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN Y VENTA AL CLIENTE EN CENTROS VETERINARIOS. Variables que influyen en la atención al cliente. Las necesidades y los gustos del cliente. Dependencia funcional: organigramas e interrelaciones. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: naturaleza, efectos. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente. Variables que influyen en la atención al cliente. Venta al cliente y servicio post-venta. Elaboración de presupuestos sobre productos o servicios. Fidelización de clientes: elementos y factores que intervienen, estrategias de fidelización, plan de fidelización, quejas y reclamaciones. La comunicación interpersonal: modelo de comunicación interpersonal, expresión verbal, comunicación no verbal, empatía, asertividad UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN EL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN CENTROS VETERINARIOS. Identificación animal y bases de datos. Herramientas de gestión de la relación con el cliente: CRM (Customer Relationship Management). Estructura y funciones de una base de datos. Tipos de bases de datos. Utilización de bases de datos. Internet como canal de venta: uso de los principales navegadores. Organización de los métodos de búsqueda. La relación con el cliente a través de Internet. Medios de pago en Internet. UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DOCUMENTAL EN CENTROS VETERINARIOS. Documentos clínicos. Documentos no clínicos, formularios, hoja de reclamaciones, pasaporte europeo, cartilla sanitaria. Documentación legal. Gestión básica fiscal y contable en centros veterinarios. Elaboración de albaranes, facturas y fichas de almacén. Herramientas informáticas para la gestión del almacén. Aspectos legales del ejercicio profesional en centros veterinarios. Legislación vigente aplicada al ámbito de esta actividad. Funciones del profesional. Responsabilidad legal.

## METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida.** Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 8 o superior, Mozilla Firefox 52 o superior o Google Chrome 49 o superior. Todos ellos tienen que tener habilitadas las cookies y JavaScript.
- Resolución de pantalla de 1024x768 y 32 bits de color o superior.