

CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE Promoviendo la Cultura del Servicio(CSACPCS)

En la actualidad estamos observando grandes cambios en el mundo de los negocios, estamos pasando de una economía caracterizada por la producción masiva, el crecimiento industrial, el desarrollo tecnológico, a una economía de servicio, por otra parte los mercados se han hecho altamente competitivos, los niveles de exigencia de los clientes van en aumento y los costos tecnológicos son cada vez más elevados. Esta nueva realidad está llevando entonces a las organizaciones a desarrollar estrategias que apunten al mejoramiento de la calidad del servicio y la atención al cliente, como un esfuerzo para sobrevivir y conquistar nuevos espacios de mercado.

¿A quién está dirigido?

A todo el personal de la organización, desde niveles gerenciales hasta operativos.

Objetivo general

Desarrollar en el participante habilidades y destrezas para el manejo efectivo del cliente y los procesos, mediante la cultura de servicio, atención al cliente y mejoramiento personal.

Objetivos específicos

- Sensibilizar al personal en relación a la importancia e impacto que tiene la calidad del servicio en la captación y mantenimiento de nuestros clientes.
- Identificar y ejercitar competencias de interacción con los clientes que le permitan ofrecer un servicio de excelente calidad.
- Desarrollar planes de acción para el mejoramiento del ciclo de atención al cliente.

Contenido Programático

- La estrategia de servicio: ¿Cómo dar dirección a nuestros clientes y empleados sobre prioridades reales de nuestra organización?
- La calidad de los servicios como una estrategia competitiva.
- El triángulo del servicio interno.
- Criterios para la evaluación de los servicios.
- El ciclo de atención al cliente: La importancia de gerenciar los momentos de verdad.
- Manejo de interacciones DIFÍCILES: Cómo convertir las quejas y reclamos en oportunidades para agregar valor.
- Habilidades de interacción con nuestros clientes.
- La definición de prioridades en la atención al cliente.

Metodología

Es un Programa de naturaleza teórico-práctica en el cual los participantes desarrollaran habilidades y destrezas en el ámbito de esta materia a nivel individual y grupal. Para lograrlos objetivos previstos, el programa está concebido realizarlo de forma teórica y práctica, impartiendo diariamente la parte conceptual y posteriormente los ejercicios correspondientes a nivel grupal, facilitando el aprendizaje con casos reales y/o simulados.

Modalidad: Presencial

Beneficios de atender a este curso

- Desarrollo de las destrezas de los que les permita brindar una calidad de servicio al cliente más efectiva.
- Internalizar en los trabajadores (participante) que la calidad de los servicios dirigida al cliente es parte de la estrategia competitiva de su organización.
- Desarrollo de habilidades para el manejo de situaciones difíciles y como convertir una situación conflictiva en una oportunidad que agregue valor a la organización.

Duración

El curso tiene una duración de Dieciséis (16) horas de docencia.

Horario

Iniciando a las 8:00 AM y concluyendo a las 5:00 PM.

Matrícula

Contado: Bs. 2.295,00 + IVA

Crédito a 15 días: Bs. 2.395,00 + IVA

Crédito a 30 días: Bs. 2.495,00 + IVA

Instructores que dictan este curso

- Psicólogo Clí-nico. Postgrado Admon. Recursos Humanos.
- Profesional en Mercadotecnia y Administración mención Mercadeo
- Lic.Relaciones Industriales. Esp.Desarrollo Organizacional.
- Licenciada en Educación