

CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE (CSAC)

En la actualidad existe una cierta unanimidad en que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Resulta obvio que, para que los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer sobradamente todas sus necesidades y expectativas. Es lo que se ha dado en llamar calidad del servicio. Por tanto, si satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho, entonces es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes que contenga aspectos relacionados con sus necesidades, con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad alcanzado. La calidad, y más concretamente la calidad del servicio, se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos. De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

¿A quién está dirigido?

A todas aquellas personas que deseen manejar herramientas para garantizar no solo una buena atención sino un excelente servicio, tanto a clientes externos como internos.

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

- Identificar las modalidades del servicio de atención al cliente, Mediante el estudio del concepto del servicio al cliente, sus elementos y su importancia.
- Tomar conciencia de la cultura de atención al cliente, alcances y repercusiones dentro de las organizaciones. Mediante la identificación de las ventajas, desventajas y beneficios de una buena atención al cliente.
- Aplicar herramientas de comunicación para mejorar las relaciones interpersonales, basadas en la asertividad, la recepción empática y estrategias de interacción.

Contenido Programático

- Calidad de servicio algunos conceptos claves.
- Modelo estratégico de gestión de calidad de servicios.
- Lo tangible y lo Intangible.
- Características personales de calidad de servicio al cliente.
- Herramientas para relacionarse efectivamente con el cliente.
- Momentos de la verdad.
- Agregar Valor.
- Pasos para la Atención del Cliente.
- El nuevo modelo de las ventas.
- Lenguaje verbal y no verbal.
- El Ciclo de Vida del Cliente .
- Manejo de quejas y reclamos.
- Satisfacción continua al Cliente.

Metodología

Discusiones, análisis de contenido. Trabajo individual y en pequeños grupos. Plenarias para facilitar la práctica y adquisición de habilidades. Dinámicas grupales. Características, procesos, ejemplos y lecturas que forman parte de los contenidos a desarrollar, sino también podrá participar en ejercicios, simulaciones y experiencias dinámicas que fortalezcan el anclaje de la información impartida.

Actividades Teórico - Prácticas

- Dinámicas grupales e individuales.
- Planteamiento, análisis de casos.
- Ejercicios.

Modalidad: Presencial

Beneficios de atender a este curso

- Internalizar la Importancia de la Calidad en la Atención al Cliente.
- Generar patrones de Comportamiento en la Calidad del Servicio.
- Identificar las necesidades y expectativas.
- Desarrollar Estilos para llegar a acuerdos efectivos.

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.

Instructores que dictan este curso

- Psicólogo Clí-nico. Postgrado Admon. Recursos Humanos.
- Post Grado - Docencia Universitaria