

Calidad de Servicio y Atención al Cliente, Telefónica o en Tienda.(CSACTT)

¿Quiere distinguirse de sus Competidores gracias a la Calidad del Servicio que Presta? ¿Cómo convertir la prestación del servicio en una forma de motivación y orgullo permanente entre sus Colaboradores y/o Empleados? ¿Le gustaría estandarizar la prestación del Servicio entre los miembros de su empresa y/o departamento?. ¿Considera importante satisfacer y superar las Expectativas que tienen sus Clientes?

Las Empresas líderes actualmente son las que inteligentemente se han orientado hacia la Satisfacción del Cliente y no hacia el simple suministro del Servicio.

Pocos empleados son adiestrados para atender personas, por lo tanto no prestan un servicio adecuado; pero el Cliente no necesita excusas, requiere de acciones inmediatas y/o información precisa que satisfagan sus requerimientos.

En la prestación del Servicio no es relevante tener la razón, sino, algo más difícil: Hacer que el Cliente se vaya Satisfecho.

¿A quién está dirigido?

A empleados que directa o telefónicamente trabajan con el cliente, supervisores, personal de atención al cliente, personal de mercadeo y ventas.

Objetivo general

Generar una diferenciación en la prestación del Servicio basada en la Humanización del trato al Cliente, Establecer la importancia de la Actitud y Calidad en la Atención y/o trato con el público / cliente; proporcionar técnicas y herramientas, conceptuales y prácticas, que le permitan al personal que atiende al cliente fortalecer su habilidad para comunicarse, escuchar, tratar y satisfacer adecuadamente a los clientes.

Objetivos específicos

- Elevar la percepción de relevancia de la Atención al cliente.
- Convertir la Calidad de Servicio y Atención al Cliente en una forma de motivación y orgullo permanente.
- Promover Estrategias Formales de mejora del Servicio con sentido de Competitividad.
- Mejorar el servicio al Cliente con resultados desde el corto plazo.

Contenido Programático

- SERVICIO Y CALIDAD DE SERVICIO.
- EL CLIENTE Y SUS EXPECTATIVAS.
- SERVICIOS: Proceso de Interacciones.
- CONTACTO DIRECTO O INDIRECTO CON LOS CLIENTES.Impacto y Consecuencias.
- FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO.
- ESCUCHA ACTIVA Y TRATO CON EL CLIENTE.
- SEGUIMIENTO EFECTIVO, PARA SATISFACER AL CLIENTE.
- ACTITUD Y CALIDAD DE ATENCIÓN.
- MANEJO POSITIVO DE LAS QUEJAS.El inteligente trato amistoso

Metodología

Enfoque Teórico - Práctico, combinado con la metodología de aprender Haciendo, dramatizaciones, ejercicios y casos prácticos, Feed-back y Juegos didácticos.

Modalidad: Presencial

Beneficios de atender a este curso

- Mayor conocimiento de la responsabilidad que implica Atender Clientes.
- Conocer el impacto que causa nuestro contacto con los Clientes.
- Mayor seguridad en sí mismo y en el trato con los Clientes.
- Mayor fortaleza en las escucha activa.
- Estandarización del Modelo de Atención al Cliente (casos grupales)
- Fortalecimiento para el manejo de quejas y clientes difíciles.

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

- Profesional en Mercadotecnia y Administración mención Mercadeo