

CALIDAD DE SERVICIO: ESTRATEGIA COMPETITIVA (CSEC)

Para perdurar en el mercado, las empresas tienen que ser más competitivas, y la competitividad no es un atributo de las máquinas, sino de las personas que las utilizan. Personas que activan su racionalidad y su emotividad controlada. De ahí que la base de la competitividad reside en las personas, es por esto que el recurso humano de las organizaciones requiere ser cada vez más efectivo es decir, más eficientes (utilizar óptimamente los recursos) y más eficaces (contribuir con su labor al logro de los objetivos institucionales). La consecución de los objetivos institucionales tiene en su base la razón de ser de las empresas e industrias, la cual es, el permanecer en el mercado, ampliar su participación, y obtener más rendimiento económico y financiero; y para lograr todos los objetivos institucionales, las organizaciones empresariales (indistintamente, si son agrícolas, comerciales, industriales o de servicio) tienen que satisfacer con valor agregado a sus clientes.

¿A quién está dirigido?

Profesionales, técnicos y Personal de apoyo que por su desempeño mantienen relación directa con clientes.

Objetivo general

Diseñar un Plan de acción para mejorar el desempeño conductual que permita un mayor compromiso a nivel Personal y Organizacional, en pro de la optimización del Servicio al Cliente.

Objetivos específicos

- Analizar los conceptos que sirven como marco de referencia en la Calidad del Servicio.
- Identificar las competencias actuales del Recurso Humano de cómo proveedor de Servicio al Cliente.
- Distinguir necesidades y expectativas de los Clientes estableciendo los factores a considerar en su Atención.
- Describir el proceso de un servicio precisando los momentos de verdad.
- Diseñar un plan de acción para la Atención al Cliente como parte del proceso de mejora personal y estrategia competitiva de la organización.

Contenido Programático

- Marco conceptual en la Calidad de Servicio: Cliente, Atención, Calidad, Excelencia y Servicio. Concepto genérico de Servicio. Elementos y Características del Servicio: Intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad e imperdurabilidad.
- Competencias Personales y Técnicoprofesionales del proveedor de Servicio al Cliente. Estilos básicos de Servicio: Individualista. Apático. Impulsivo Afectivo. Nuevo Perfil del Proveedor de Servicio en las empresas Competitivas. Decálogo del Servidor.
- El Cliente: Necesidades y Expectativas. Factores a considerar para la Atención de los Clientes.
- El Proceso de un Servicio. Etapas, Momentos de Verdad y Ciclo del Servicio.
- Plan de Acción para la Atención óptima del Cliente. Camino al éxito en la Calidad de Servicio como Estrategia Competitiva.

Metodología

- Actividades centradas en Procesos Andragógicos para permitirle al participante ser gestor de su propio aprendizaje.
- Autogestión de metas compartidas y Dinámicas de Grupo
- Trabajo Cooperativo y Productivo con presentación de conclusiones.
- Proceso de Autoevaluación y Evaluación Conjunta.
- Aplicación de Técnicas de Aprendizaje Acelerado o Superaprendizaje.

Modalidad: Presencial

Beneficios de atender a este curso

- Reconocimiento del valor de aprender factores clave que constituyen el marco de la atención al cliente.
- Apoyo a las empresas en su gestión para la formación y adiestramiento capital intelectual.
- Análisis de puntos de contacto con el cliente se pueden personalizar para mejorar la Calidad del Servicio.
- Impulso de procesos de mejora en la Atención al Cliente como ventaja competitiva de la organización.
- Propuesta de nuevas perspectivas y estrategias en atención al cliente.

Duración

El curso tiene una duración de dieciséis (16) horas de docencia. Cupo máximo de 18 participantes.

Horario

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

Instructores que dictan este curso

- Licenciada en Educación