



Calidad de atención y servicio al cliente

Curso dedicado a la explicación, basada en ejemplos, para el correcto entendimiento entre las necesidades de los clientes y los propósitos de la empresa, teniendo como principal eje la capacidad flexible de las corporaciones y las causas del éxito en el servicio que ofrece cada empresa frente a sus clientes.

Duración: 15 horas

Objetivo General: Conocer la importancia de la calidad de un servicio/producto frente al cliente y el valor añadido que se produce.

Programa

Evolución empresa-servicio-cliente

1. Introducción.
2. Concepción moderna del Servicio de Atención al cliente.
3. La óptica de la oferta y la demanda.

El cliente como centro de decisión

1. Introducción.
2. Detección de necesidades.
3. El valor residual de los clientes.
4. Identificar lo que realmente valoran sus clientes.
5. Descubrir un enfoque de rayo láser

El servicio de atención al cliente

1. Introducción.
2. Actitud de servicio.
3. El servicio y la calidad como filosofía de trabajo y acción.
4. La actitud frente al cambio.

Las expectativas del cliente hacia el servicio de atención al cliente

1. La comunicación efectiva.
2. La estrategia de la comunicación interna.
3. Fases de la estrategia de la comunicación interna.

La empresa y el servicio orientado al cliente

1. Cultura, valores y el sentido de pertenencia.
2. La importancia del proyecto común.



3. La filosofía del servicio excelente como ventaja competitiva.

Consolidación

La importancia de la calidad de un servicio frente al cliente y el valor añadido que se produce. Diferencias entre ofrecer un producto y ofrecer un producto con calidad.

Evolución empresa- servicio- cliente

1. Introducción a la calidad del servicio al cliente.
2. Concepción moderna.
3. La óptica de la oferta y la demanda.

El cliente como centro de decisión

1. Introducción.
2. Detección de necesidades. Situación práctica.
3. Identificar lo que realmente desean los clientes.
4. El valor residual de los clientes.
5. Identificar lo que realmente valoran los clientes.
6. Descubrir un enfoque de rayo láser I.
7. Descubrir un enfoque de rayo láser II.
8. Descubrir un enfoque de rayo láser III.
9. Descubrir un enfoque de rayo láser IV.

El servicio de atención al cliente

1. Introducción.
2. Actitud de servicio.
3. El servicio y la calidad como filosofía de trabajo.
4. La actitud frente al cambio.

Atención al cliente: expectativas del cliente

1. La comunicación efectiva.
2. La estrategia de la comunicación interna.
3. Fases de la estrategia de la comunicación interna I.
4. Aplicación práctica del archivo de información.
5. Fases de la estrategia de la comunicación interna II.

La empresa y el servicio orientados al cliente

1. Cultura, valores y el sentido de la propiedad.
2. La importancia del proyecto común.
3. La F del -servicio excelente- como ventaja competitiva.