

CURSO ONLINE 100% BONIFICADO, DE 60 HORAS

CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE



Curso bonificado por Fundación Tripartita y Seguridad Social. No supone ningún coste para empresa ni trabajador
Duración: 60 horas | Modalidad: online

OBJETIVOS: Al realizar este curso, el alumno adquirirá las siguientes habilidades y conocimientos:

- Conocer las nuevas tendencias de orientación al cliente y búsqueda de la excelencia.
- Describir el modelo clásico de comunicación y las principales funciones que desarrolla.
- Comprender la atención al cliente como un valor añadido.
- Conocer los métodos y características de los sistemas orales de atención al cliente.
- Conocer y emplear la escucha activa.
- Características y métodos de la comunicación telefónica.
- Los métodos y características de los sistemas escritos de atención al cliente.
- Las técnicas de escritura de cartas, informes y correos electrónicos.
- Estudiar las características de la atención cara al público.
- Describir, comprender y utilizar las técnicas de lenguaje no verbal.
- Estudiar los diferentes tipos de clientes y sus características.
- Qué es una objeción y cuáles son las técnicas básicas para tratarlas.
- Descripción de la excelencia y los principios básicos para alcanzarla.

MÓDULO 1: Calidad de Servicio y Atención al Cliente 1ª Parte

TEMA 1. El Mix del Marketing

Introducción al Concepto de Marketing

Variables del Marketing

Otras Variables y Determinantes del Marketing

Las 4 C's y el Futuro del Marketing Mix

Decálogo de los Principios del Nuevo Marketing (Kotler)

Supuestos Prácticos

TEMA 2. El Servicio al Cliente y el Mix del Marketing

Introducción al Concepto de Servicio

Tipos de Servicio

Características de los Servicios. Diferencias entre Producto y Servicio

El Servicio y la Atención al Cliente

Reglas para una Comunicación en la Atención al Cliente

Medidas y Plan de Acción para Mejorar la Atención a Clientes

Supuestos Prácticos

TEMA 3. El Cuidado de los Clientes Existentes

Valor y Satisfacción de los Clientes

Decálogo para la Atención Satisfactoria de los Clientes

Valor Integral Neto (VIN) del Cliente

Creación de Vínculos con los Clientes

Fidelización y Retención de Clientes ya Existentes

El Marketing Experiencial

Supuestos Prácticos

TEMA 4. Formas del Servicio al Cliente

Introducción
Formas del Servicio al Cliente (I)
Formas del Servicio al Cliente (II)
Formas del Servicio al Cliente (III)
Departamento de Atención al Cliente. Funciones, Estructura y Metodología
El Servicio Postventa
Supuestos Prácticos

TEMA 5. Satisfacción de las Necesidades de los Clientes y la Segmentación

Introducción
La Satisfacción de las Necesidades del Cliente
Las Necesidades de los Clientes
Segmentación de Mercados y Segmentación de Clientes
Tipos de Clientes
Otras Clasificaciones de Tipos de Clientes
La Prueba del Ácido para un Segmento
El Paso Siguiente: Marketing One to One
El Database Marketing. Estructura y Requisitos
CRM o Gestión de las Relaciones con los Clientes
Carterización de Clientes
Captación de Nuevos Clientes. Fases
Lo que hemos aprendido

MÓDULO 2: Calidad de Servicio y Atención al Cliente 2ª Parte

TEMA 6. El Cliente y la Calidad del Servicio Introducción al Concepto de Calidad

Control de Calidad, Aseguramiento de Calidad y Calidad Total (TQC)
Concepto de Calidad
Principios Básicos de la Calidad
Las Normas ISO 9000:2000
Medición, Análisis y Mejora
Mantener el Enfoque del Cliente
Supuestos Prácticos

TEMA 7. Programa Básico y Documentación para la Mejora de la Calidad

Desarrollo y Ejecución de un Programa de Mejora de Calidad
TQC: La Documentación de un Sistema de Gestión de la Calidad
Tipos de Documentos de un Sistema de Gestión de la Calidad
Certificación y Acreditación
Supuestos Prácticos

TEMA 8. Continuidad en la Correcta Calidad de Servicio y Atención al Cliente

El Serviciómetro del Cliente. Las Quejas de los Clientes
Actitud ante Reclamaciones. Tipos de Clientes que se Quejan
Resolución de la Queja, ¿Qué Hacer y Cómo Actuar ante una Queja?
Barreras en la Mejora de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente
Selección de Personal
Entrenamiento del Personal: El Plan de Formación
La Motivación del Personal
Supuestos Prácticos

TEMA 9. Planificación de Acciones de Mejora Continua de Calidad

La Planificación Estratégica
Proceso de Mejora Continua o PHVA
Círculos de Calidad (I)

Círculos de Calidad (II)
El Kaizen (I)
El Kaizen (II)
El Kaizen (III)
Supuestos Prácticos

TEMA 10. Introducción al Benchmarking

Historia y Concepto de Benchmarking
Categorías del Benchmarking
El Proceso Básico del Benchmarking
Proceso de Benchmarking de Robert C. Camp (Xerox)
Proceso de las Cinco Etapas para Benchmarking de Spendolini (I)
Proceso de las Cinco Etapas para Benchmarking de Spendolini (II)
Proceso de las Cinco etapas para Benchmarking de Spendolini (III)
Factores de Riesgo y Obstáculos para el Éxito del Benchmarking
Benchmarking para Sentirse Bien
Supuestos Prácticos



Si quieres información o inscribirte,
pincha aquí y déjanos tus datos
para que nos pongamos en contacto

www.cubicformacion.com