

LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

!!!IMPRESINDIBLE!!! SATISFACER PARA
VINCULAR Y FIDELIZAR AL CLIENTE.



LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

¡¡¡IMPRESINDIBLE!!!
SATISFACER PARA
VINCULAR Y
FIDELIZAR AL CLIENTE.

La atención al cliente y la Calidad de Servicio como estrategia y guía para todos, desde la Dirección hasta los Empleados de Base.

INTRODUCCIÓN

Hay que tener en cuenta que las empresas hoy día para poder sobrevivir en el mercado tan competitivo que existe, deben diferenciarse por el trato que dan a sus clientes. La persona de contacto que atiende las consultas o responde una queja o una reclamación es la persona que da la primera imagen de la empresa, por lo tanto, debemos poner especial atención en capacitar al personal que atiende al cliente, para que la imagen sea en todo momento profesional. A la hora de seleccionar personal que atienda al cliente debemos considerar todas las características idóneas que debe de poseer el mismo para lograr que el cliente quede satisfecho. Debemos buscar y encontrar los indicadores más adecuados que nos permitan valorar cómo evoluciona nuestra gestión con los clientes.

Tener clientes satisfechos ya no es suficiente, es necesario tener clientes fidelizados ya que el impacto de la Fidelización es fundamental en cuanto a rentabilidad y participación en el mercado. Pero sólo podremos lograr clientes fidelizados cuando consigamos tener clientes sumamente satisfechos.

PROGRAMA PROPUESTO

1. Los valores corporativos en la atención al cliente y calidad de servicio.

Los valores de la compañía ¿Qué son y cómo trabajar los valores de una empresa? Sus definiciones y nuestros comportamientos en el día a día con los clientes.

2. Estrategia competitiva: La atención al cliente y Calidad de servicio.

Acerca de la fidelización: Relación con el cliente, sus 5 etapas. Satisfacción y rentabilidad. Satisfacción y valor añadido. Proceso a seguir en la estrategia. Servicio, oportunidades y fallos. El ciclo del servicio, sus 8 etapas. Las cuatro calidades. Un excelente en la atención al cliente. Nuestros Clientes: internos y externos; nuestros compromisos. La competencia: 8 puntos presentes. Oficina abierta. LOS CLIENTES.



LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

¡¡¡IMPRESINDIBLE!!!
SATISFACER PARA VINCULAR Y FIDELIZAR AL CLIENTE.

La Calidad de Servicio es la mayor estrategia competitiva.

3. Las personas de nuestro equipo en la atención al cliente.

3.1. El personal de apoyo en la atención al Cliente: La auténtica finalidad del trabajo. Perfil del equipo para ser eficaces. Características idóneas del personal de apoyo en la atención al cliente. La actitud de las personas. Si es bueno para ti y para tu empresa. Cómo evitar los errores. Formas de relacionar. Cómo apoyamos al personal de apoyo. 8 áreas que mejoran la motivación de nuestro equipo. El auténtico buen profesional.

3.2. El personal con enfoque al Cliente: Autoconocimiento; Creencias, Gestión emocional, Automotivación. La inteligencia emocional, inteligencia intrapersonal. Mi DAFO personal. Mis creencias. La gestión emocional: enfado, tristeza, Miedo, Alegría, Sorpresa y Asco. Gestión de la Ira, técnicas. Actitud positiva. Teoría Fish. Mi zona de confort.

4. Comunicación con nuestro cliente.

Para atender al cliente con excelencia se necesita aplicar técnica y método que ayudan a dirigir la conversación con el cliente y gestionar sus emociones. La comunicación: mensaje, sus partes y elementos básicos. Deterioro del mensaje. Lenguaje verbal, lenguaje no verbal (oculesía, sonrisa, gestos con la cabeza, con las manos y brazos, postura corporal y proxemia) y paralenguaje. Lenguaje positivo. Niveles de escucha. Escucha activa. Los 14 lados del mensaje. La preguntas, sus tipos y aplicación. Asertividad en las conversaciones. Características de una persona asertiva. Técnicas asertivas. Test de asertividad. Empatía, cualidades del interlocutor.

5. Objetivo ¡Tratar a nuestros clientes!

5.1. Conocer a nuestros clientes: Quiénes son. Cómo son. Qué esperan de nosotros. Los momentos de la verdad. Los pecados capitales en las relación con los clientes. Calidad de servicio, ¿qué es? Sus factores. ¿Cómo identificar al tipo de cliente cuando contactamos y conversamos? Tipología de clientes: modelo de relación Sintony. ¿A qué modelo respondo yo?

5.2. Conversación con el cliente: EL arte de escuchar en las conversaciones. Reglas de un buen conversador. Etapas de la conversación y su gestión: a) Acogida; b) Interés (necesidades del cliente); c) Demostración (argumentación); d) Acción (cierre). En cada etapa veremos: la actitud inicial y final del cliente; Lo que debemos hacer para abrir la conversación. mantener y cerrar con éxito; e) Estímulo y respuesta ante un cliente enfadado. Estados del Yo: Padre Adulto y Niño. Análisis de las situaciones en las conversaciones con los clientes “estímulo – Respuesta”. Comportamiento adulto 4 pasos de tratamiento. Toma de contacto; Captación de información; Afrontar la situación, comportamientos clave; Cerrar la queja con éxito.



LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

¡¡¡IMPRESINDIBLE!!!
SATISFACER PARA
VINCULAR Y
FIDELIZAR AL CLIENTE.

El destino de una empresa depende del nivel de satisfacción de los clientes.

OBJETIVOS

- Proporcionar una visión completa y actualizada de los ingredientes de un programa moderno de calidad de servicio; las técnicas de Calidad de servicio y la atención al cliente.
- Animar a que todos ellos comprendan el impacto que sus actuaciones diarias tienen en el cliente y en su fidelidad. Entender que “el cliente es el único que inyecta dinero al negocio”.
- Aprender y reaprender nuevas prácticas y conocimientos necesarios para mejorar la comunicación con el cliente en cada uno de los momentos de la verdad para lograr gestionar la insatisfacción del cliente adecuadamente.

DIRIGIDO A

Responsables de Calidad, Atención al Cliente y Ventas que desean descubrir, la calidad de servicio como una estrategia de la compañía, generadora de experiencias al cliente como vía de consolidación de mercado y resultados.

También resulta apropiado para aquellos profesionales que, sin una actuación directa en este campo, ejercen funciones de responsabilidad en áreas afines y requieren ampliar conocimientos prácticos sobre el tema (Product Managers, Responsables de Administración Comercial, Asistencia Técnica, Servicio a Clientes, etc.).

DURACIÓN

Nuestro programa estará disponible durante **60 días** a partir de la fecha de inscripción en el curso. Este plazo es suficiente para interiorizar los contenidos, realizar las actividades propuestas y la prueba final del curso. *Al término del plazo establecido se dará por cerrado el curso.*

La dedicación estimada para que el alumno pueda realizar este curso con la profundidad y aprovechamiento adecuado de los contenidos y actividades tutorizadas se estima en **67 horas**.



LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

¡¡¡IMPRESINDIBLE!!!
SATISFACER PARA
VINCULAR Y
FIDELIZAR AL CLIENTE.

El personal de la empresa como auténtico generador de fidelidad de clientes.

METODOLOGÍA

Nuestra metodología ONLINE TUTORIZADA combina lo positivo de la formación presencial con lo mejor de la formación telemática esta mezcla de canales de aprendizaje enriquece el método formativo y permite individualizar la formación a cada uno de los alumnos y cubrir, si cabe mejor, los objetivos del aprendizaje. El alumno interactúa con el tutor a través de la plataforma e-learning donde dispone de unidades didácticas con los contenidos, e- actividades tutorizadas y otros recursos formativos, así como el canal de comunicación con el tutor abierto durante el tiempo de apertura del curso establecido.

Trata de desarrollar en el alumno la capacidad de autoorganizarse, capacidades de análisis y síntesis de la información, habilidades para la comunicación escrita y el aprendizaje autónomo desarrollando habilidades para la búsqueda de información que contribuya al enriquecimiento de las e-actividades propuestas a través de libros e internet.

Pretendemos integrar, complementar y conjugar los medios, recursos, metodologías, actividades y técnicas que mejor se ajustan al temario como pueden ser el “Estudio del Caso, Visualización de películas, simulaciones de cálculos, técnicas de coaching, Lecturas para la reflexión, Desarrollo de la DAFO, entre otras.

Cada vez que el alumno termine una unidad didáctica, enviará el cuaderno de ejercicios correspondiente al tutor para su revisión, evaluación y emisión de feedback; el alumno esperará su contestación para poder continuar con el resto del curso. La nota final del curso será el resultado de sumar las notas de cada una de las unidades didácticas con su peso asignado y del cuestionario final.

Recuerde que también podemos desarrollar este programa en la modalidad “in-company” para su equipo de ventas, adaptando y particularizando los contenidos a la situación de su empresa, y combinando así una mayor eficacia del programa formativo con interesantes ventajas de coste. ¡Consúltenos! Estudiamos su situación gratuitamente y sin ningún compromiso.

