

SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

CURSO DIRIGIDO A:

- A todo personal, en un negocio, cuyo trato directo es con el cliente.

OBJETIVOS DEL CURSO:

- Explicar cómo la cultura del servicio al cliente se ha convertido en el elemento diferenciador y el fundamento de éxito y consolidación de las organizaciones.
- Demostrar la importancia del uso de técnicas de comunicación eficientes que faciliten el tratamiento de clientes externos e internos, a fin de obtener satisfacción para ambas partes.
- Identificar la responsabilidad que tiene toda persona en contacto con los clientes de actuar con asertividad y empatía en la búsqueda de la satisfacción total de los clientes.
- Proponer estrategias que enriquezcan los valores organizacionales y la cultura corporativa en pro de mejorar la actitud de los trabajadores en el servicio al cliente.

HORAS CRONOLÓGICAS:

16 HORAS

MÓDULO 1

FUNDAMENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE

- ¿Qué es el cliente?
- Tipos de Cliente
- ¿Qué es el servicio al cliente?
 - Diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente.
- El triángulo del servicio.
- Los momentos de verdad.
 - Ciclos del Servicios.
 - Momentos críticos de la verdad.
 - Trato con clientes difíciles
- El mal servicio y sus costos.
 - Actitudes que determinan el mal servicio.

MÓDULO 2

ESTRATEGIAS DE SERVICIOS AL CLIENTE

- Acuerdos de niveles de servicio.
- La evaluación del servicio.
 - La libreta de calificaciones del cliente.
- Manejo de quejas, reclamos y sugerencias.
 - Singularización de los clientes.
 - Claims Managment: Gestión de Reclamos.
- Retención y fidelización de clientes.
 - ¿Porque es importante retener y fidelizar a los clientes?
 - El proceso de revalorización en la retención de clientes.
 - La revalorización del producto o servicio ofrecido.
- Sistemas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM)
 - CRM = Estrategia de negocios + Tecnología (software) + Talento Humano.
- Valores que mejoran el servicio al cliente.
 - Sentido de la pertenencia.

**METODOLOGÍA**

Curso teórico – práctico, el facilitador presenta las materias mediante un PowerPoint y luego agrupa a los participantes para iniciar talleres prácticos, lúdicos que permiten acercar los ejercicios a la realidad.

**DIAGNÓSTICO:**

Proceso con el cuál CENFOTECH mide los conocimientos de cada participante previos a una actividad de capacitación. Una vez finalizado, CENFOTECH emite un reporte de resultados a la empresa.

**EVALUACIÓN:**

Se realiza un control teórico al finalizar el curso, que medirá el nivel de comprensión de los participantes respecto a las normas y reglamentos. Para ello se aplica una prueba de selección múltiple donde la nota será de acuerdo a la escala convencional de 1 a 7. Nota de aprobación 5.

**SEGUIMIENTO:**

Etapa donde personal de CENFOTECH se percibe en la empresa 3 meses después de finalizada la actividad para identificar el nivel de los participantes en el puesto de trabajo. El instrumento de seguimiento es alternativo y es sugerido por CENFOTECH.