

Calidad de atención y servicio al cliente (V6)

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.

7 horas lectivas

1 horas prácticas

Calidad de atención y servicio al cliente

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

Breve recorrido en la historia de la economía y el progreso de la relación empresarial con sus clientes. Aparición del marketing y el estudio de la oferta y la demanda. Contenido: 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

Se desarrollan diversos aspectos tales como la detección de necesidades, identificar lo que realmente desean los clientes, el valor residual de los clientes, identificar lo que realmente valoran los clientes y descubrir un enfoque de rayo láser. Contenido: 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

Estudio de la actitud de servicio, el servicio y la calidad como filosofía de trabajo y la actitud frente al cambio. Ejemplos prácticos. Contenido: 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

La comunicación dentro de la empresa es fundamental para el consenso sobre el acercamiento a los clientes. Detallamos como se realiza una comunicación efectiva, el desarrollo de una estrategia de comunicación interna y las fases de la estrategia de la comunicación interna. Aplicación práctica del archivo de información. Contenido: 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 orientados al cliente

La cultura, los valores y el sentido de la propiedad. La importancia del proyecto común. La "F" del -servicio excelente- como ventaja competitiva. Contenido: Cultura, valores y el sentido de pertenencia. 2. La importancia del proyecto común. 3. La filosofía del servicio excelente como ventaja competitiva.