



CALIDAD EN EL SERVICIO

DIRIGIDO A:

Gerentes, Jefes y Empleados de Todas las Áreas, de Pequeñas y Medianas Empresas.

OBJETIVO GENERAL:

Formar a personal a cargo del estrechamiento de relaciones con el cliente, con la finalidad de cumplir las metas de la organización a través de la satisfacción y lealtad del cliente.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Dar a conocer las características de la calidad del servicio.
- Dar a conocer las causas potenciales de deficiencias en la atención y satisfacción del cliente.
- Instruir respecto al desarrollo del sistema de monitoreo y gestión de la calidad en el servicio.
- Proporcionar al participante herramientas y procesos de aplicación inmediata para lograr la calidad en el servicio.

CONTENIDO:

1. Visión estratégica focalizada en la calidad en el servicio

- 1.1. Concepto de Lealtad, Servicio y de Calidad.
- 1.2. Calidad de Servicio: qué es, por qué es necesaria, y para quién.
- 1.3. Beneficios: aumento de la participación en el mercado e incremento de las utilidades.
- 1.4. Errores frecuentes de los programas de Calidad de Servicio.
- 1.5. Diseño del programa de Calidad de Servicio "a la medida".

2. Capital humano y calidad en el servicio

- 2.1. El personal de contacto como representante de la empresa ante los clientes,
- 2.2. El perfil ideal del personal de contacto: rasgos, características y actitudes.
- 2.3. Ocho factores que condicionan la satisfacción del cliente.
- 2.4. Los Pecados Capitales en el Servicio al Cliente.
- 2.5. Frases y expresiones "prohibidas" para el personal de contacto.
- 2.6. Frases y expresiones "obligatorias".
- 2.7. Tratamiento de conflictos en el servicio: el arte de decir "Lo siento" en el momento y del modo apropiado.
- 2.8. Reglas para tratar con personas "difíciles".

3. Medición de la satisfacción y lealtad del cliente

- 3.1. La satisfacción del Cliente, parámetro clave de la gestión empresarial.
- 3.2. La Lealtad, un paso más allá de la Satisfacción del Cliente.
- 3.3. El uso de cuestionarios para medir la Satisfacción y la Lealtad del Cliente.
- 3.4. Encuestas a Clientes actuales, no-Clientes y ex-Clientes.
- 3.5. Diseño del cuestionario: generación de preguntas: reglas básicas.
- 3.6. Medidas de satisfacción y lealtad. Medidas específicas. Correlación entre ambas.
- 3.7. Elección del momento adecuado para administrar el cuestionario.
- 3.8. Mediciones periódicas.
- 3.9. ¿Qué puede ofrecerse al Cliente como incentivo para cumplimentar el cuestionario?
- 3.10. Pautas básicas para el análisis de los resultados de los cuestionarios.
- 3.11. La "Base de Clientes Seguros", los "Clientes Favorables", los "Clientes Vulnerables" y los "Clientes de Alto Riesgo".
- 3.12. Identificando los "atributos clave" relacionados con la Satisfacción y Lealtad de los Clientes.

HABILIDADES A DESARROLLAR:

- Comprender la filosofía de la Calidad en el servicio y sus componentes.
- Diseñar un programa básico de Calidad de Servicio "a la medida".
- Comprender desde diversas posturas las necesidades del cliente para su atención personalizada.
- Manejar situaciones diversas con Clientes Externos e Internos, que garanticen la satisfacción y fidelidad de estos.
- Identificar las Herramientas, métricas y su utilidad a Largo Plazo para la mejora de ingresos y posición en el mercado.
- Desarrollar las Métricas para evaluar la calidad en el servicio a través de diversos recursos y momentos.
- Replicar los Conocimientos Adquiridos al interior de su Empresa.

DURACION: 20 horas.