



Estrategias de servicios: calidad y orientación al cliente

Formación online • 100 horas de duración

CARACTERÍSTICAS



Objetivo principal del curso

Con este curso online de Estrategias de servicios: calidad y orientación al cliente, aprenderás a identificar las estrategias destinadas a la mejora de la atención, comunicación y servicio al cliente, siendo capaz aplicar los programas de calidad en el servicio y medir la satisfacción del cliente.



Modalidad
100% online



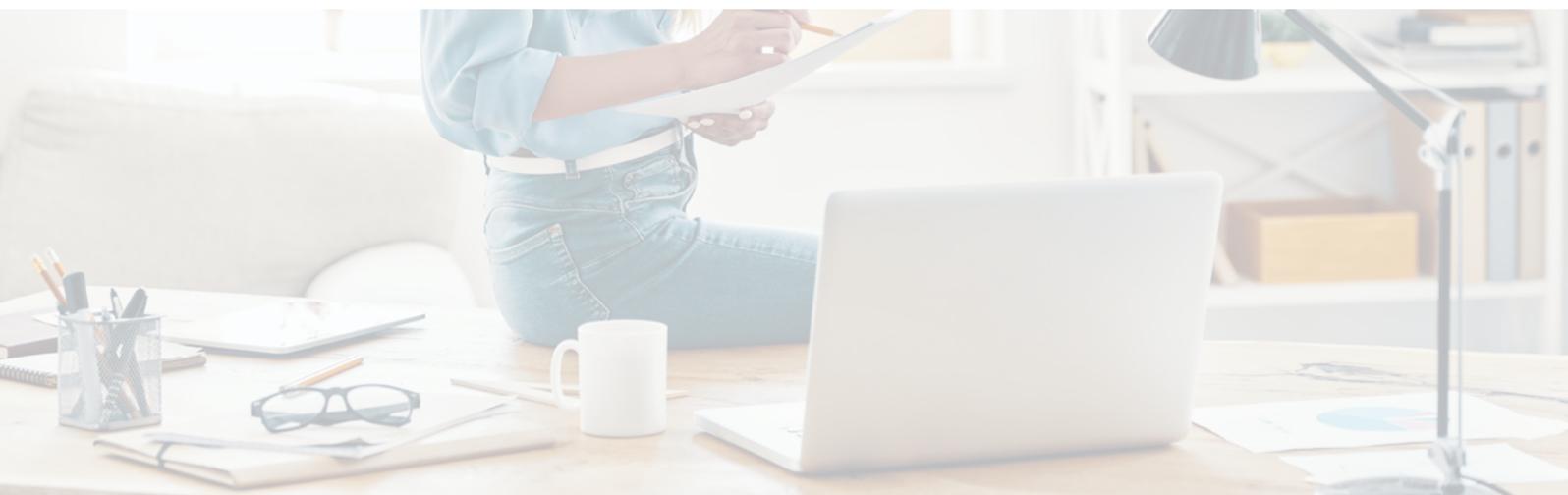
Diploma de Aprovechamiento



Apoyo y asesoramiento continuo



Formación online (bonificable hasta el 100%)





TEMARIO

¿Qué **aprenderás** con nosotros?

1

CALIDAD Y SERVICIO: ALGUNAS DEFINICIONES

- 1.1. La calidad
- 1.2. El servicio

2

LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

- 2.1. Un cliente siempre exigente
- 2.2. La importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio
- 2.3. Cuanto más inmaterial sea un servicio, más influencia tendrán sus aspectos tangibles
- 2.4. La motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio
- 2.5. La calidad del servicio es total o inexistente
- 2.6. Gestión de la calidad total
- 2.7. El concepto de calidad varía según las culturas
- 2.8. La satisfacción del cliente: un secreto a desvelar

3

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

- 3.1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?
- 3.2. Dificultades de gestionar la calidad del servicio
- 3.3. Costo de calidad y de la falta de calidad
- 3.4. Gestión de la calidad del servicio: un asunto de métodos

4 LAS ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

- 4.1. Introducción
- 4.2. El cliente es el rey
- 4.3. Competir en los precios o en las diferencias
- 4.4. Estrategias de servicio de productos
- 4.5. Estrategias de servicio para los servicios
- 4.6. La estrategia de servicio: una promesa

5 LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO

- 5.1. Afirmer la diferencia
- 5.2. Amoldarse a las expectativas del cliente
- 5.3. Reducir el riesgo percibido por el cliente
- 5.4. Materializar el servicio
- 5.5. En materia de servicios, todo es comunicación
- 5.6. Contar con los distribuidores
- 5.7. Motivar al personal: un empleado convencido es un cliente convencido

6 LAS NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO

- 6.1. Introducción
- 6.2. La norma es el resultado esperado por el cliente
- 6.3. La norma debe ser ponderable
- 6.4. Las normas de calidad del servicio deben ser utilizadas por toda la organización
- 6.5. Formar al personal en las normas de calidad
- 6.6. Prestar un servicio orientado al cliente

7 CALIDAD Y SERVICIO: ASPECTOS GENERALES

- 7.1. Calidad y servicio: aspectos generales
- 7.2. El cliente y su percepción del servicio
- 7.3. Las empresas de servicios
- 7.4. Estrategias de las empresas de servicios
- 7.5. La comunicación y las normas de calidad

8 LA CAZA DE ERRORES

- 8.1. Introducción
- 8.2. Hacerlo bien a la primera
- 8.3. El cero defectos pasa también por una caza implacable de errores

9

MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- 9.1. Introducción
- 9.2. Valor para el cliente
- 9.3. Satisfacción del consumidor
- 9.4. Las encuestas de satisfacción
- 9.5. Las cartas de reclamación: una fuente de beneficios
- 9.6. La opinión ajena

10

¿CÓMO LANZAR UN PROGRAMA DE CALIDAD?

- 10.1. Introducción
- 10.2. El diagnóstico: un punto de partida ineludible
- 10.3. A la búsqueda del cero defectos
- 10.4. Reconsideración del servicio prestado
- 10.5. Un tronco común de excelencia para ramas del servicio

11

ATENCIÓN TELEFÓNICA EN LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

- 11.1. Introducción
- 11.2. Preparación técnica
- 11.3. Preparación táctica
- 11.4. Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono
- 11.5. Algunas recomendaciones al hablar por teléfono.

12

EJEMPLOS DE MALA CALIDAD EN EL SERVICIO

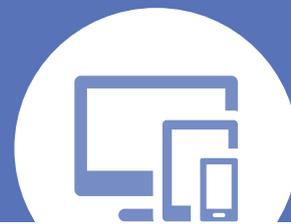
- 12.1. Aeropuerto
- 12.2. Banco
- 12.3. Supermercado
- 12.4. Las tarjetas de crédito
- 12.5. Empresa de mantenimiento
- 12.6. Hotel
- 12.7. Empresa de alquiler de coches
- 12.8. Un concesionario Mercedes Benz
- 12.9. Un juego de salón que termina en el lugar de partida
- 12.10. Una agencia de seguros
- 12.11. Unos informativos
- 12.12. La catástrofe de Chernobil: diferencias culturales
- 12.13. Una caldera ruidosa
- 12.14. Un instituto de estadística
- 12.15. Una tienda de muebles

13

MÓDULO ESPECÍFICO SECTORIAL

13.1. Características específicas de la atención al cliente en el sector concreto en el que se imparte esta especialidad





100% ONLINE. FLEXIBILIDAD

Nuestra **metodología online** está pensada para que los alumnos adquieran un nivel de conocimiento adecuado a su ocupación profesional. Ofrecemos un nivel alto de interactividad, siguiendo un plan de trabajo totalmente **individualizado**, con un **seguimiento y evaluación, acceso a contenidos 24 horas y ejercicios** que facilitan y amenizan el aprendizaje.

Una vez matriculado, el alumno recibirá las claves de acceso al **Campus Virtual** del curso para que, desde ese momento, pueda acceder cuando quiera (24 horas al día) en función de su disponibilidad horaria, y desde cualquier PC. Solo necesita conexión a Internet.

Además, el ritmo y el itinerario didáctico del curso están diseñados para ser conciliados con responsabilidades personales y laborales de los estudiantes.

¿Qué ventajas tiene la formación online?:



Fácil de utilizar: no se necesitan conocimientos específicos de informática para realizar el curso. Nuestra plataforma online orienta paso a paso en todo el proceso de formación.



Tutor personal: se pueden resolver las dudas en directo en horario de tutorías o consultar con un tutor personal a través de e-mail.



Desde cualquier dispositivo: sin desplazamientos. Con las claves de acceso se puede acceder al curso desde cualquier dispositivo.



Videos y herramientas multimedia: Foros, chats, casos prácticos y múltiples vídeos que harán que tu aprendizaje sea mucho más ameno.



Disponible las 24 horas: se puede acceder al curso en cualquier momento del día.



Contenido descargable: el contenido del curso y todo el material complementario está disponible para su descarga.



Soporte técnico: un equipo de soporte informático estará disponible para cualquier incidencia.



Tutorías telefónicas: el tutor estará disponible telefónicamente.

