Estrategias de servicios: calidad y orientación al cliente (100 horas)



Categoría: Comercio y marketing

Página del curso: https://www.ensenanzadual.com/cursos/estrategias-de-servicios-calidad-y-orientacion-al-cliente-100-horas/

Objetivo

Con el **Curso** de 100 horas de **Estrategias de servicios: calidad y orientación al cliente** adquirirás los conocimientos necesarios para llevar a cabo estrategias orientadas a la mejora de la atención, comunicación y servicio al cliente, siendo capaz de aplicar los programas de calidad en el servicio y medir la satisfacción del cliente.

Descripción

U. F. 1. CALIDAD Y SERVICIO: ALGUNAS DEFINICIONES

- La calidad. - El servicio.

U. F. 2. LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

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

U. F. 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

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

U. F. 4. LAS ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

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

U. F. 5. LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO

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

U. F. 6. LAS NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO

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

U. F. 7. CALIDAD Y SERVICIO: ASPECTOS GENERALES

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

U. F. 8. LA CAZA DE ERRORES

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

U. F. 9. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- Introducción. - Valor para el cliente. - Satisfacción del consumidor. - Las encuestas de satisfacción. - Las cartas de reclamación: una fuente de beneficios. - La opinión ajena.

U. F. 10. ¿CÓMO LANZAR UN PROGRAMA DE CALIDAD?

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

U. F. 11. ATENCIÓN TELEFÓNICA EN LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

- Introducción. - Preparación técnica. - Preparación táctica. - Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono. - Algunas recomendaciones al hablar por teléfono.

U. F. 12. EJEMPLOS DE MALA CALIDAD EN EL SERVICIO

- Aeropuerto. - Banco. - Supermercado. - Las tarjetas de crédito. - Empresa de mantenimiento. - Hotel. - Empresa de alquiler de coches. - Un concesionario Mercedes Benz. - Un juego de salón que termina en el lugar de partida. - Una agencia de seguros. - Unos informativos. - La catástrofe de Chernobil: diferencias culturales. - Una caldera ruidosa. - Un instituto de estadística. - Una tienda de muebles.

U. F. 13. MÓDULO ESPECÍFICO SECTORIAL

Información adicional

- Online: Si
- Horas: 100
- Tipo: Profesiones
- Unidades: 13