

Denominación de la Acción Formativa:

CALIDAD DE SERVICIO

Propósito: Aplicar criterios, pautas y esquemas de desempeño, basados en el cliente como la razón de ser del negocio, vinculando el rol del participante con los factores que determinan la calidad del servicio y con las exigencias del cliente en el contexto del cumplimiento de la misión de la empresa.

Dirigido a: Todo el personal de la organización.

Contenido programático:

- Filosofía de la cultura de servicio. La gerencia del servicio.
- El triángulo del servicio. El ciclo de servicio.
- Momentos críticos y especiales de la verdad.
- Importancia de la proactividad en la calidad en el servicio.
- Importancia de la comunicación como proceso interactivo.
- La comunicación verbal y corporal su efecto en la atención efectiva al cliente.
- Las comunicaciones defensiva fuente de malos entendidos, distorsiones e interpretaciones.
- El Fred back como mecanismo de cambio.
- ¿Quién es nuestro cliente? Características.
- Perfil de los diferentes tipos de clientes.
- Importancia de la percepción del cliente en la formación de la imagen de la empresa.
- La satisfacción del cliente como norte del negocio.
- Factores que determinan la satisfacción del cliente.
- Manejo de las objeciones y conflictos.
- La negociación como medio para superar las diferencias con los clientes

Duración:
08 horas