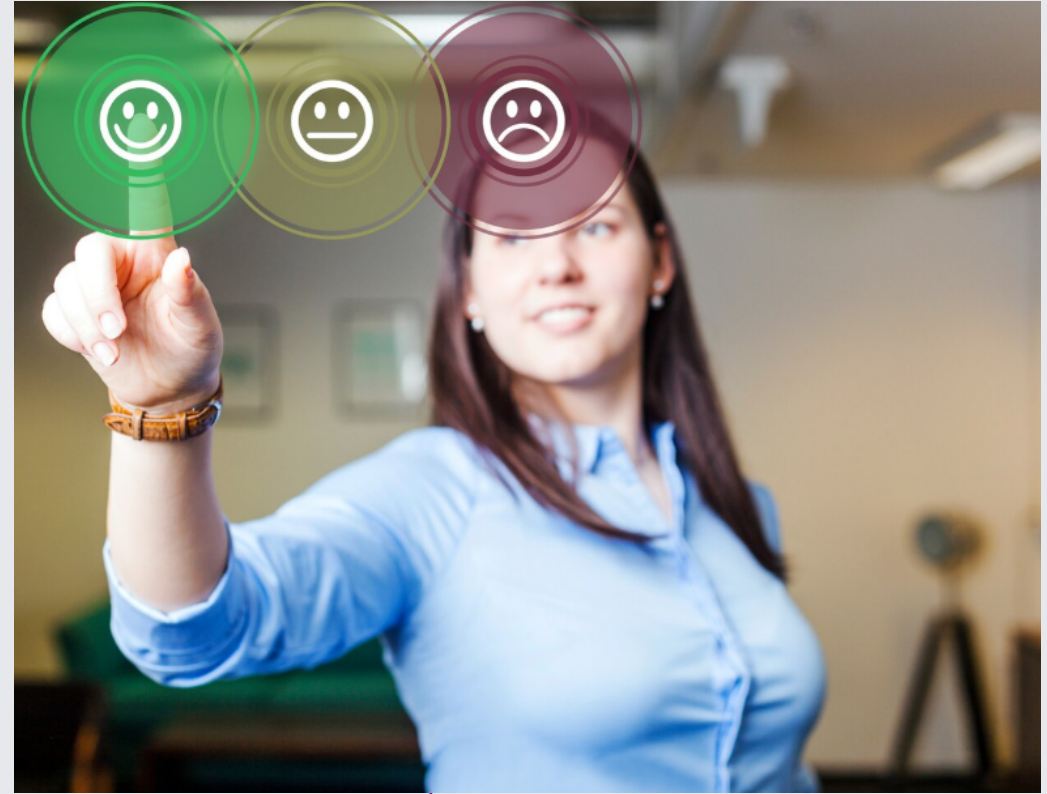




Estrategia de servicios: calidad y orientación al cliente

La calidad del servicio se ha convertido en un elemento decisivo para diferenciarse y fidelizar clientes. Este curso profundiza en las estrategias, procedimientos y estándares necesarios para situar la orientación al cliente en el centro de la organización.



Código Acción: COMM004PO

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Duración: 100 horas

Módulos: 13 bloques de contenidos

Modalidad: Presencial / Teleformación

Especialmente indicado para:

Responsables de atención al cliente, calidad, ventas, comercio, servicios, mandos intermedios y profesionales que participen en el diseño o prestación de servicios.

¿Qué mejora aporta este curso?

Ayuda a convertir la calidad en un elemento estratégico, detectar fallos en el servicio, homogeneizar procedimientos y mejorar la percepción y satisfacción de los clientes.

Necesidades de formación que cubre:

Permite comprender y gestionar la calidad del servicio, definir estándares, medir la satisfacción del cliente y desarrollar estrategias destinadas a mejorar de forma continua la experiencia ofrecida.

Objetivos:

- Comprender los conceptos de calidad y servicio.
- Gestionar la calidad desde una perspectiva estratégica.
- Definir estándares de atención.
- Mejorar la comunicación con el cliente.
- Detectar y corregir errores.
- Medir la satisfacción.
- Diseñar programas de mejora de calidad.

Contenidos:

1. Calidad y servicio: algunas definiciones.
2. La importancia de la calidad del servicio.
3. Gestión de la calidad en el servicio.
4. Las estrategias del servicio.
5. La comunicación del servicio.
6. Las normas de calidad del servicio.
7. Calidad y servicio: aspectos generales.
8. La caza de errores.
9. Medir la satisfacción del cliente.
10. Cómo lanzar un programa de calidad.
11. Atención telefónica en la gestión de la calidad del servicio.
12. Ejemplos de mala calidad en el servicio.
13. Módulo específico sectorial.