

COMM005 ESTRATEGIAS DE SERVICIOS: CALIDAD Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE



180,00 € - 250,00 €

El curso COMM005 Estrategias De Servicios: Calidad Y Orientación Al Cliente ofrece formación especializada en el sector de Comercio y Marketing. Con este curso COMM005 Estrategias De Servicios: Calidad Y Orientación Al Cliente el alumnado obtendrá las herramientas necesarias para identificar las estrategias destinadas a la atención, comunicación y servicio al cliente siendo capaces de aplicar los programas de calidad y medir la satisfacción.

Categorías: [Atención al Cliente](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	100 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CALIDAD Y SERVICIO

1. Introducción a la calidad y servicio: algunas definiciones
2. - Calidad.
3. - Servicio.
4. - Cliente siempre exigente.
5. - importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio.
6. - Cuanto más inmaterial sea un servicio, más influencia tendrán sus aspectos tangibles.
7. - Motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio.
8. - Calidad del servicio es total o inexistente.
9. - Gestión de la calidad total.
10. - Concepto de calidad varía según las culturas.
11. - Satisfacción del cliente: un secreto a desvelar.
12. Aplicación de estrategias de servicio
13. - Cliente es el rey.
14. - Competir en los precios o en las diferencias.
15. - Estrategias de servicio de productos.
16. - Estrategias de servicio para los servicios.
17. - Estrategia de servicio: una promesa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACTUACIONES ANTE UN POSIBLE PROBLEMA

1. Aplicación de las normas de la calidad del servicio
2. - Norma es el resultado esperado por el cliente.
3. - Norma debe ser ponderable.
4. - Normas de calidad del servicio deben ser utilizadas por toda la organización.
5. - Formación del personal en las normas de calidad.
6. - Prestación de un servicio orientado al cliente

7. Gestión de la calidad en el servicio
8. - diferencias entre las empresas y los servicios
9. - Dificultades de gestionar la calidad del servicio
10. - Costo de calidad y de la falta de calidad.
11. - Gestión de la calidad del servicio: un asunto de método
12. Localización de errores
13. - Hacerlo bien a la primera.
14. - Cero defectos también pasa por una caza implacable de errores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPORTANCIA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1. Evaluación de la satisfacción del cliente
2. - Valor para el cliente.
3. - Satisfacción del consumidor.
4. - Encuestas de satisfacción.
5. - Cartas de reclamación: una fuente de beneficios.
6. - Opinión ajena.
7. Lanzamiento de un programa de calidad.
8. - Diagnóstico: un punto de partida ineludible.
9. - Búsqueda del cero defectos.
10. - Reconsideración del servicio prestado.
11. - Tronco común de excelencia para ramas del servicio.
12. Realización de una atención telefónica en la gestión de la calidad del servicio.
13. - Preparación técnica.
14. - Preparación táctica.
15. - Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono.
16. - Algunas recomendaciones al hablar por teléfono.
17. Ejemplificación de mala calidad en el servicio.
18. - Aeropuerto
19. - Banco.
20. - Supermercado.
21. - Tarjetas de crédito.
22. - Empresa de mantenimiento.
23. - Hotel.
24. - Empresa de alquiler de coches.
25. - Concesionario de automóvil
26. - Juego de salón que termina en el lugar de partida
27. - Agencia de seguros.

28. - Informativos.
29. - Catástrofe de Chernobil: diferencias culturales.
30. - Caldera ruidosa.
31. - Instituto de estadística.
32. - Tienda de muebles.
33. Realización del módulo específico sectorial
34. - Características específicas de la atención al cliente en el sector concreto en el que se imparte esta especialidad.
35. Interés por las ventajas que entraña conocer la valoración cliente a través de las reclamaciones y de otro tipo de fuentes de información.
36. Demostración de iniciativa a la hora de gestionar los elementos que conforman un programa de calidad partiendo de la autocrítica
37. Concienciación por tratar al cliente mediante una atención planificada y con los medios adecuados.
38. Adquirir buenas prácticas en el trato con el cliente y valoración de ejemplos ilustrativos de malas prácticas.