

Calidad de Servicio y Atención al Cliente

Asimilar aquellas técnicas, herramientas, metodologías y conceptos, sobre todo del ámbito del marketing, que nos ayudarán a mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente en la empresa, de manera que logremos establecer un nivel de calidad continuo y adaptado a las nuevas tendencias que impone el mercado y el cliente del siglo XXI.

TEMA 1. El Mix del Marketing

Introducción al Concepto de Marketing
Variables del Marketing
Otras Variables y Determinantes del Marketing
Las 4 C's y el Futuro del Marketing Mix
Decálogo de los Principios del Nuevo Marketing (Kotler)
Lo que hemos aprendido
Test
Actividades
Supuestos Prácticos

TEMA 2. El Servicio al Cliente y el Mix del Marketing

Introducción al Concepto de Servicio
Tipos de Servicio
Características de los Servicio. Diferencias entre Producto y Servicio
El Servicio y la Atención al Cliente
Reglas para una Comunicación en la Atención al Cliente
Medidas y Plan de Acción para Mejorar la Atención a Clientes
Lo que hemos aprendido
Test
Actividades
Supuestos Prácticos

TEMA 3. El Cuidado de los Clientes Existentes

Valor y Satisfacción de los Clientes
Decálogo para la Atención Satisfactoria de los Clientes
Valor Integral Neto (VIN) del Cliente
Creación de Vínculos con los Clientes
Fidelización y Retención de Clientes ya Existentes
El Marketing Experiencial
Lo que hemos aprendido
Test
Actividades
Supuestos Prácticos

TEMA 4. Formas del Servicio al Cliente

Introducción

Formas del Servicio al Cliente (I)

Formas del Servicio al Cliente (II)

Formas del Servicio al Cliente (III)

Departamento de Atención al Cliente. Funciones, Estructura y Metodología

El Servicio Postventa

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

TEMA 5. Satisfacción de las Necesidades de los Clientes y la

Segmentación

Introducción

La Satisfacción de las Necesidades del Cliente

Las Necesidades de los Clientes

Segmentación de Mercados y Segmentación de Clientes

Tipos de Clientes

Otras Clasificaciones de Tipos de Clientes

La Prueba del Ácido para un Segmento

El Paso Siguiente: Marketing One to One

El Database Marketing. Estructura y Requisitos

CRM o Gestión de las Relaciones con los Clientes

Carterización de Clientes

Captación de Nuevos Clientes. Fases

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

TEMA 6. El Cliente y la Calidad del Servicio

Introducción al Concepto de Calidad

Control de Calidad, Aseguramiento de Calidad y Calidad Total (TQC)

Concepto de Calidad

Principios Básicos de la Calidad

Las Normas ISO 9000:2000

Medición, Análisis y Mejora

Mantener el Enfoque del Cliente

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

TEMA 7. Programa Básico y Documentación para la Mejora de la Calidad

Desarrollo y Ejecución de un Programa de Mejora de Calidad
TQC: La Documentación de un Sistema de Gestión de la Calidad
Tipos de Documentos de un Sistema de Gestión de la Calidad
Certificación y Acreditación
Lo que hemos aprendido
Test
Actividades
Supuestos Prácticos

TEMA 8. Continuidad en la Correcta Calidad de Servicio y

Atención al Cliente
El Serviciómetro del Cliente. Las Quejas de los Clientes
Actitud ante Reclamaciones. Tipos de Clientes que se Quejan
Resolución de la Queja, ¿Qué Hacer y Cómo Actuar ante una Queja?
Barreras en la Mejora de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente
Selección de Personal
Entrenamiento del Personal: El Plan de Formación
La Motivación del Personal
Lo que hemos aprendido
Test
Actividades
Supuestos Prácticos

TEMA 9. Planificación de Acciones de Mejora Continua de Calidad

La Planificación Estratégica
Proceso de Mejora Continua o PHVA
Círculos de Calidad (I)
Círculos de Calidad (II)
El Kaizen (I)
El Kaizen (II)
El Kaizen (III)
Lo que hemos aprendido
Test
Actividades
Supuestos Prácticos

TEMA 10. Introducción al Benchmarking

Historia y Concepto de Benchmarking

Categorías del Benchmarking

El Proceso Básico del Benchmarking

Proceso de Benchmarking de Robert C. Camp (Xerox)

Proceso de las Cinco Etapas para Benchmarking de Spendolini (I)

Proceso de las Cinco Etapas para Benchmarking de Spendolini (II)

Proceso de las Cinco etapas para Benchmarking de Spendolini (III)

Factores de Riesgo y Obstáculos para el Éxito del Benchmarking

Benchmarking para Sentirse Bien

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos