



Descripción Curso dedicado a la explicación basada en ejemplos para el correcto entendimiento entre las necesidades de los clientes y los propósitos de la empresa, teniendo como principal eje la capacidad flexible de las corporaciones y las causas del éxito en el servicio que ofrece cada empresa frente a sus clientes.

Nº Lecciones 5

Horas de teoría 6

Contenido

Calidad de atención y servicio al cliente

La importancia de la calidad de un servicio frente al cliente y el valor añadido que se produce. Diferencias entre ofrecer un producto y ofrecer un producto con calidad.

1. Evolución empresa-servicio-cliente

Breve recorrido en la historia de la economía y el progreso de la relación empresarial con sus clientes. Aparición del marketing y el estudio de la oferta y la demanda.

2. El cliente como centro de decisión

Se desarrollan diversos aspectos, como la detección de las necesidades de los clientes, identificar lo que realmente desean, el valor residual de los clientes, identificar lo que valoran y descubrir un enfoque de rayo láser.

3. El servicio de atención al cliente

Estudio de la actitud de servicio, el servicio y la calidad como filosofía de trabajo y la actitud frente al cambio. Ejemplos prácticos.

4. Atención al cliente:expectativas del cliente

La comunicación dentro de la empresa es fundamental para el consenso sobre el acercamiento a los clientes. Detallamos cómo se realiza una comunicación efectiva, el desarrollo de una estrategia de comunicación interna y las fases de la estrategia de la comunicación interna. Aplicación práctica del archivo de información.

5. La empresa y el servicio orientado al cliente

La cultura, los valores y el sentido de la propiedad. La importancia del proyecto común. La F del -servicio excelente- como ventaja competitiva. Ejemplos prácticos.