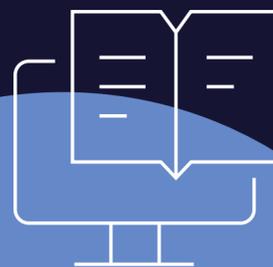


Curso de Especialización

Calidad en el Servicio y Atención Al Cliente

128 Horas Académicas



. Contenido

01

Objetivo

02

Plan de Estudio

03

Metodología de Enseñanza

. Objetivos

- Dotar a los trabajadores de la formación necesaria que les capacite y prepare para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades, por un lado de programación con el fin de que los trabajadores adquieran los conocimientos necesarios para realizar una correcta y adecuada organización del trabajo y por otro lado, de dirección, ya que los encargados de organizar el trabajo deben tener una correcta formación en la materia con el fin de maximizar los recursos, tanto materiales como humanos, de que dispone la empresa.
- Proporcionar a los alumnos los conocimientos sobre todas las técnicas de atención y servicio al cliente imprescindibles para la mejora de su desempeño profesional.
- Instruir a los trabajadores encargados de organizar y dirigir el trabajo, en materia de calidad en el servicio y atención al cliente, para que conozcan los sistemas más apropiados a la hora de adoptar estrategias de calidad en el servicio y la atención al cliente.

Atención Personalizada



Nuestro Centro de Atención y equipo de expertos en e-learning asesorarán y atenderán tus consultas, para el buen desarrollo del proceso académico.



Duración: 128 hrs. académicas

01

. Plan de Estudio

. Unidad I

Calidad y servicio: algunas definiciones

- 1.1. La calidad.
- 1.2. El servicio.

. Unidad II

La importancia de la calidad del servicio

- 2.1. Un cliente siempre exigente.
- 2.2. La importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio.
- 2.3. Cuanto más inmaterial sea un servicio, más influencia tendrán sus aspectos tangibles.
- 2.4. La motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio.
- 2.5. La calidad del servicio es total o inexistente.
- 2.6. Gestión de la calidad total.
- 2.7. El concepto de calidad varía según las culturas.
- 2.8. La satisfacción del cliente: un secreto a desvelar.

. Unidad III

Gestión de la calidad en el servicio

- 3.1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?.
- 3.2. Dificultades de gestionar la calidad del servicio.
- 3.3. Costo de calidad y de la falta de calidad.
- 3.4. Gestión de la calidad del servicio: un asunto de métodos.

. Unidad IV

Las estrategias del servicio

- 4.1. Introducción.
- 4.2. El cliente es el rey.
- 4.3. Competir en los precios o en las diferencias.
- 4.4. Estrategias de servicio de productos.
- 4.5. Estrategias de servicio para los servicios.
- 4.6. La estrategia de servicio: una promesa.

. Plan de Estudio

. Unidad V

La comunicación del servicio

- 5.1. Afirmar la diferencia.
- 5.2. Amoldarse a las expectativas del cliente.
- 5.3. Reducir el riesgo percibido por el cliente.
- 5.4. Materializar el servicio.
- 5.5. En materia de servicios, todo es comunicación.
- 5.6. Contar con los distribuidores.
- 5.7. Motivar al personal: un empleado convencido es un cliente convencido.

. Unidad VI

Las normas de calidad del servicio

- 6.1. Introducción.
- 6.2. La norma es el resultado esperado por el cliente.
- 6.3. La norma debe ser ponderable.
- 6.4. Las normas de calidad del servicio deben ser utilizadas por toda la organización.
- 6.5. Formar al personal en las normas de calidad.
- 6.6. Prestar un servicio orientado al cliente.

. Unidad VII

Calidad y servicio: aspectos generales

- 7.1. Calidad y servicio: aspectos generales.
- 7.2. El cliente y su percepción del servicio.
- 7.3. Las empresas de servicios.
- 7.4. Estrategias de las empresas de servicios.
- 7.5. La comunicación y las normas de calidad.

. Unidad VIII

La caza de errores

- 8.1. Introducción.
- 8.2. Hacerlo bien a la primera.
- 8.3. El cero defectos pasa también por una caza implacable de errores.

. Plan de Estudio

. Unidad IX

Medir la satisfacción del cliente

- 9.1. Introducción.
- 9.2. Valor para el cliente.
- 9.3. Satisfacción del consumidor.
- 9.4. Las encuestas de satisfacción.
- 9.5. Las cartas de reclamación: una fuente de beneficios.
- 9.6. La opinión ajena.

. Unidad X

¿Cómo lanzar un programa de calidad?

- 10.1. Introducción.
- 10.2. El diagnóstico: un punto de partida ineludible.
- 10.3. A la búsqueda del cero defectos.
- 10.4. Reconsideración del servicio prestado.
- 10.5. Un tronco común de excelencia para ramas del servicio.

. Unidad XI

El teléfono

- 11.1. Introducción.
- 11.2. Preparación.
- 11.3. Técnica.
- 11.4. Preparación táctica.
- 11.5. Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono, algunas recomendaciones al hablar por teléfono.

. Unidad XII

Ejemplos de mala calidad en el servicio

- 12.1. Aeropuerto.
- 12.2. Banco.
- 12.3. Supermercado.
- 12.4. Las tarjetas de crédito.
- 12.5. Empresa de mantenimiento.
- 12.6. Hotel.
- 12.7. Empresa de alquiler de coches.
- 12.8. Un concesionario mercedes benz.

. Plan de Estudio

912.9. Un juego de salón que termina en el lugar de partida.

12.10. Una agencia de seguros.

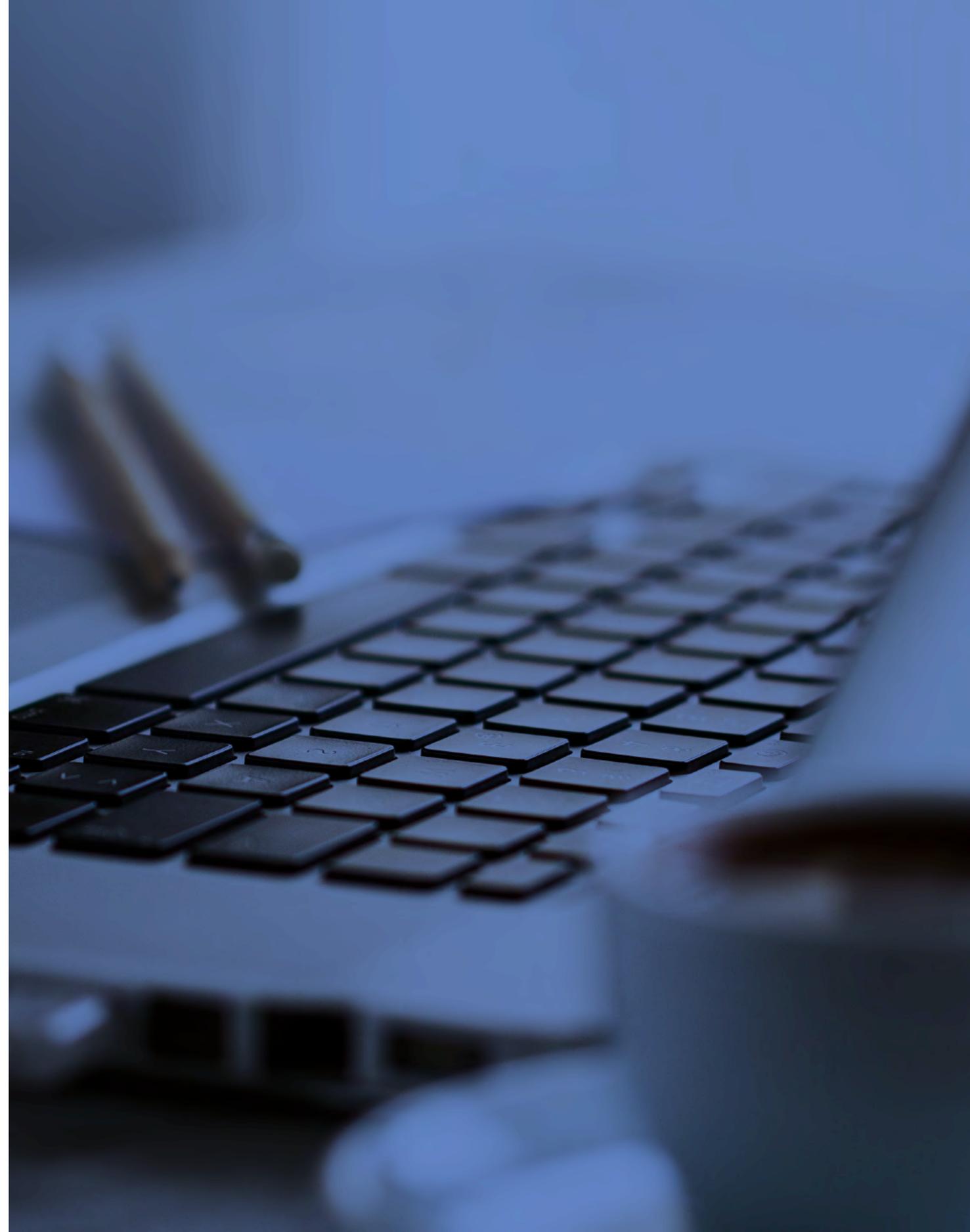
12.11. Unos informativos.

12.12. La catástrofe de chernobil: diferencias culturales.

12.13. Una caldera ruidosa.

12.14. Un instituto de estadística.

12.15. Una tienda de muebles.



. Metodología de Enseñanza

. Virtual o E-learning

Brinda la libertad de estudiar de acuerdo a su disponibilidad horaria, rompiendo barreras de tiempo y distancia, monitoreados por un tutor virtual.

. Aula Virtual

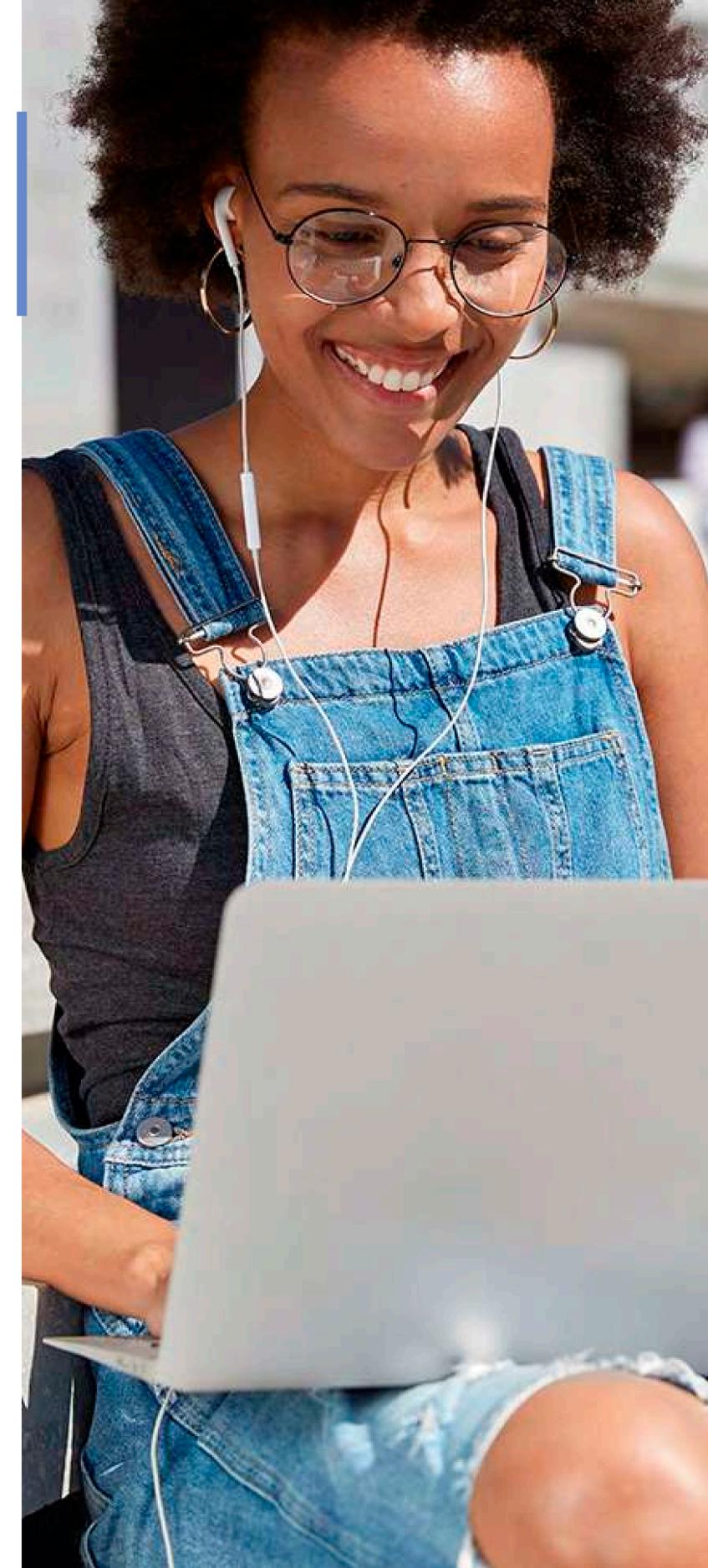
Entorno que facilita la interacción entre los participantes y el especialista, permitiendo la enseñanza-aprendizaje, comunicación, interacción y evaluación del alumno.

El estudiante tiene la capacidad de decidir el itinerario formativo más acorde con sus intereses y podrá acceder al contenido de la plataforma virtual las 24 horas:

03

www.cadperu.com

- **Video:** Medio audiovisual que contempla el desarrollo panorámico del tema, con ejemplos que ayuden a entender lo sustancial de cada unidad.
- **Guía de Estudio:** Material que permite al participante fundamentar los contenidos de cada unidad, desarrollar las capacidades, habilidades y destrezas que propone el programa, y solucionar las actividades propuestas.
- **Recursos Complementarios:** Lecturas seleccionadas y/o material audiovisual, a fin de profundizar la comprensión y/o análisis del tema, facilitando la apropiación del contenido y los referentes bibliográficos que complementan la capacitación y enriquecen el conocimiento.
- **Foro:** Entorno de conversación que permite el intercambio de conocimientos y opiniones con la comunidad de estudiantes, desarrollando el pensamiento crítico por medio del diálogo argumentativo y pragmático.
- **Evaluación:** Test que desarrolla el participante al finalizar el curso, permitiéndole evaluar su proceso de aprendizaje.





22 años

Comprometidos con el
Desarrollo Profesional

www.cadperu.com