ESTRATEGIAS DE SERVICIOS

SKU: EVOL-3422-VNO-A | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	100
Acreditado por Universidad	SI
Créditos ECTS	4

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Identificar las estrategias orientadas a la mejora de la atención, comunicación y servicio al cliente, siendo capaz aplicar los programas de calidad en el servicio y medir la satisfacción del cliente.

Contenidos

UD1. Calidad y Servicio: Algunas definiciones.

1.1. La calidad.
1.2. El servicio.

UD2. 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 ca¬lidad 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.

UD3. 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 la calidad y de la falta de calidad.
3.4. Gestión de la calidad del servicio: un asunto de métodos.

UD4. 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.

UD5. 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.

UD6. 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.

UD7. Calidad y servicio: algunas definiciones.

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

UD8. 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.

UD9. 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.

UD10. ¿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 varias ramas del servicio.

UD11. El teléfono.

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

UD12. 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.
12.9. 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.

UD13. Gestión de la calidad en el ámbito del comercio.

13.1. Introducción.
13.2. Gestión de la calidad total en el comercio.
13.3. Implantación de un sistema de gestión de calidad.
13.4. El modelo EFQM para empresas de comercio.

13.5. Ayudas a la implantación de sistemas de calidad.