



Servicio al Cliente.

Descripción:

Demuestra cómo no hay empresa viable sin atención al cliente y sin la calidad del servicio que se debe ofrecer. Por ello, para poder estar presente en un mercado cada vez más competitivo, las empresas tienen que apostar por la calidad del servicio. Es muy importante analizar cómo percibe el cliente la calidad y los medios que existen para satisfacerla. Además, queremos conocer las herramientas que facilitarán la relación cara a cara con el cliente. Hemos de pensar en el cliente como el centro permanente de nuestro trabajo. Tenemos que ir más allá de nuestra concepción anterior del servicio como una técnica, e incorporar los mejores intereses del cliente en el corazón mismo de nuestra empresa.

Objetivo General:

Aprender a responder con claridad a las necesidades del cliente, teniendo en cuenta sus circunstancias.

Objetivos Específicos:

- Descubrir las necesidades del cliente.
- Conocer cómo se comunica claramente al cliente las características y prestaciones de nuestros productos y servicios.
- Saber cómo buscar dentro de la propia empresa los recursos que se necesiten para llegar al cliente y satisfacer sus necesidades.
- Saber detectar aquellos errores que pueden hacer fracasar el servicio al cliente.
- Conocer herramientas prácticas para analizar cómo atender al cliente.

Contenidos:

Módulo 1:

LA RELACION CON EL CLIENTE

La calidad en la atención al cliente.
Importancia del cliente.
Punto de vista del cliente.
Preparación para atender al cliente.
Los tipos de cliente.
Clientes con Actitud Dominante.
Clientes con Actitud Sumisa.
Clientes con Actitud Indiferente.
Clientes con Actitud Amistosa.
Tratamiento de las Actitudes de los Clientes.
Costes de la mala atención al cliente: costes directos e indirectos.

Módulo 2:

MOMENTOS DE LA VERDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Concepto de momento de la verdad de la prestación de un servicio.
Ejercicio Práctico
Actitudes positivas en la relación con el cliente.
Escucha activa.
Diálogo.
Confianza.
Empatía.
Manejo lenguaje.
Recursos lingüísticos.
Cómo informar al cliente.
Conocimiento del cliente.

Argumentación de productos.
Técnicas más adecuadas.
Atención de las reclamaciones.
Importancia de las reclamaciones.
Proceso de atención de las reclamaciones.
Aspectos comunicativos de la atención al cliente por teléfono.
Características de la atención telefónica.
Componentes de la atención telefónica.
En emisión de llamada.
En recepción de llamada

Módulo 3:

LAS DIEZ DIMENSIONES DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

Fiabilidad.
Profesionalidad.
Accesibilidad.
Seguridad.
Capacidad de Respuesta.
Cortesía.
Comunicación.
Credibilidad.
Comprensión y conocimiento del cliente.
Elementos tangibles