

Curso: Estrategias modernas de servicio al cliente



Descripción

Diseñado para formar profesionales en la atención, mediante la facilitación de técnicas que permitan el crecimiento y desarrollo de las habilidades sociales de los participantes, con las que logren proveer un servicio eficiente con excelentes relaciones humanas, a través de la identificación de las emociones de los clientes y como debe ser su trato con el mismo y aportando con esto más valor a la institución que representa.

Dirigido

Todo público interesado en fortalecer las habilidades de comunicación que les permitan comprender las necesidades del cliente y establecer un mejor contacto, para enfrentar con éxito las situaciones delicadas y así garantizar la calidad del servicio y satisfacción del cliente.

Objetivos

Brindar las herramientas necesarias para que los participantes desarrollen las competencias que les permitan identificar cuáles son los aspectos del servicio que más valoran los clientes y brindar un servicio integral, sean conscientes de sus actitudes y dominen aptitudes para el manejo de las emociones propias y de los clientes.

Duración

El curso se desarrollará dos días de clases en una semana, donde se impartirán 8 horas de docencia.

Horario

Martes y jueves, de 17:00 a 21:00.

Metodología

El método de estudio que se utilizará en este curso constará de un aprendizaje cognitivo-conductual con dinámicas grupales, estudio de casos, role-playing y psicodrama.

Sistema de Evaluación

I	Asistencia	10%
II	Participación en clase	5%
III	Trabajos prácticos	50%
IV	Evaluación final	35%

Requisito de permanencia

Cumplir con el programa, teniendo el porcentaje de asistencia que se le requiera, elaborar los proyectos de trabajo y demás actividades relacionadas, encomendadas por los asesores.

Requisitos de inscripción y participación

1. Formulario de Inscripción completo
2. Copia de cédula de identidad y electoral
3. Pago de inscripción

Coordinador del programa

Dirección de Educación Continuada y Extensión

Inversión

La inversión es de: US\$115.00 dólares o su equivalente en pesos

Ponemos a disposición un plan de pago flexible, como se detalla a continuación:

1er. Pago **50%**

2do. Pago **50%**

Formas de pago

Efectivo en nuestra oficina administrativa: C/ César Nicolás Penson, No. 127, La Esperilla.

Cheque a nombre del Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales.

Vía Transferencia o depósito a la cuenta a nombre de la Dirección de Educación Continuada y Extensión del Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (Tomar en cuenta que en el concepto debe colocar el nombre de la persona y/o Institución quien realiza el pago, el código del programa y notificarlo al correo junto al formulario de solicitud)

El importe incluye enseñanza, material didáctico, internet wireless y la expedición del diploma avalado por el Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (IGLOBAL).

Más información

Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales

Dirección de Educación Continuada y Extensión

C/ César Nicolás Penson, no. 127

Santo Domingo República Dominicana

Tel. 809-685-9966 ext. 2702 y 3025

Correo electrónico: educacioncontinua@iglobal.edu.do

PROGRAMA

MÓDULO I. INTRODUCCIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Que es la atención y servicio al cliente, propósito e importancia.
2. Tipos de servicio al cliente.
3. Tipos de cliente.
4. Que esperan nuestros clientes.
5. Factores de calidad y elementos que la afectan.
6. Impacto de los procesos de servicio en la calidad.
7. Práctica

MODULO II. TRIANGULOS DE SERVICIOS

1. Calidad de servicio, técnicas, consecuencias y mala propaganda.
2. Estrategia de satisfacción al cliente.
3. Ventajas competitivas, calidad en el producto y producción de servicio.
4. Teléfono, e-mail, chat y atención al cliente.
5. Preguntas y respuestas al servicio al cliente.
6. Estrategias de persuasión y ventas.
7. Manejo de quejas.
8. Práctica.

MÓDULO III. INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA EL SERVICIO

1. Proceso de comunicación, desarrollo de las habilidades y escucha activa.
2. Lenguaje corporal frente al cliente.
3. Evaluación de los estados emocionales y crear sintonía con el cliente.
4. Clientes difíciles y manejo de quejas.
5. Práctica.

MÓDULO IV. DIAGNOSTICO Y ESTRATEGIA

1. Generalidades para un diagnóstico estratégico.
2. Diagnóstico estratégico del servicio al cliente.
3. Estrategias de servicio al cliente.
4. Estrategias de atención telefónica.
5. Práctica para el alcance de resultados exitosos.