



Curso ICA de:

**CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN
AL CLIENTE**

OBJETIVOS:

Al realizar este curso, el alumno adquirirá las siguientes habilidades y conocimientos:

- ✓ Conocer las nuevas tendencias de orientación al cliente y búsqueda de la excelencia.
- ✓ Describir el modelo clásico de comunicación y las principales funciones que desarrolla.
- ✓ Comprender la atención al cliente como un valor añadido.
- ✓ Conocer los métodos y características de los sistemas orales de atención al cliente.
- ✓ Conocer y emplear la escucha activa.
- ✓ Características y métodos de la comunicación telefónica.
- ✓ Los métodos y características de los sistemas escritos de atención al cliente.
- ✓ Las técnicas de escritura de cartas, informes y correos electrónicos.
- ✓ Estudiar las características de la atención cara al público.
- ✓ Describir, comprender y utilizar las técnicas de lenguaje no verbal.
- ✓ Estudiar los diferentes tipos de clientes y sus características.
- ✓ Qué es una objeción y cuáles son las técnicas básicas para tratarlas.
- ✓ Descripción de la excelencia y los principios básicos para alcanzarla.

DURACION: 80 HORAS

CONTENIDOS:

MÓDULO 1: Calidad de Servicio y

Atención al Cliente 1ª Parte

TEMA 1. El Mix del Marketing

Introducción al Concepto de Marketing

Variables del Marketing

Otras Variables y Determinantes del Marketing

Las 4 C's y el Futuro del Marketing Mix

Decálogo de los Principios del Nuevo Marketing (Kotler)

Supuestos Prácticos

TEMA 2. El Servicio al Cliente y el Mix del Marketing

Introducción al Concepto de Servicio

Tipos de Servicio

Características de los Servicio. Diferencias entre Producto y Servicio

El Servicio y la Atención al Cliente

Reglas para una Comunicación en la Atención al Cliente

Medidas y Plan de Acción para Mejorar la Atención a Clientes

Supuestos Prácticos

TEMA 3. El Cuidado de los Clientes Existentes

Valor y Satisfacción de los Clientes

Decálogo para la Atención Satisfactoria de los Clientes

Valor Integral Neto (VIN) del Cliente

Creación de Vínculos con los Clientes

Fidelización y Retención de Clientes ya Existentes

El Marketing Experiencial

Supuestos Prácticos

TEMA 4. Formas del Servicio al Cliente

Introducción

Formas del Servicio al Cliente (I)

Formas del Servicio al Cliente (II)

Formas del Servicio al Cliente (III)

Departamento de Atención al Cliente. Funciones, Estructura y

Metodología

El Servicio Postventa

Supuestos Prácticos

TEMA 5. Satisfacción de las Necesidades de los Clientes y la

Segmentación

Introducción

La Satisfacción de las Necesidades del Cliente

Las Necesidades de los Clientes

Segmentación de Mercados y Segmentación de Clientes

Tipos de Clientes

Otras Clasificaciones de Tipos de Clientes

La Prueba del Ácido para un Segmento

El Paso Siguierte: Marketing One to One

El Database Marketing. Estructura y Requisitos

CRM o Gestión de las Relaciones con los Clientes

Carterización de Clientes

Captación de Nuevos Clientes. Fases

Lo que hemos aprendido

MÓDULO 2: Calidad de Servicio y

Atención al Cliente 2ª Parte

TEMA 6. El Cliente y la Calidad del Servicio

Introducción al Concepto de Calidad

Control de Calidad, Aseguramiento de Calidad y Calidad Total (TQC)

Concepto de Calidad

Principios Básicos de la Calidad

Las Normas ISO 9000:2000

Medición, Análisis y Mejora

Mantener el Enfoque del Cliente

Supuestos Prácticos

TEMA 7. Programa Básico y Documentación para la Mejora de la
Calidad

Desarrollo y Ejecución de un Programa de Mejora de Calidad

TQC: La Documentación de un Sistema de Gestión de la Calidad

Tipos de Documentos de un Sistema de Gestión de la Calidad

Certificación y Acreditación

Supuestos Prácticos

TEMA 8. Continuidad en la Correcta Calidad de Servicio y

Atención al Cliente

El Serviciómetro del Cliente. Las Quejas de los Clientes

Actitud ante Reclamaciones. Tipos de Clientes que se Quejan

Resolución de la Queja, ¿Qué Hacer y Cómo Actuar ante una Queja?

Barreras en la Mejora de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente

Selección de Personal

Entrenamiento del Personal: El Plan de Formación

La Motivación del Personal

Supuestos Prácticos

TEMA 9. Planificación de Acciones de Mejora Continua de
Calidad

La Planificación Estratégica

Proceso de Mejora Continua o PHVA

Círculos de Calidad (I)

Círculos de Calidad (II)

El Kaizen (I)

El Kaizen (II)
El Kaizen (III)
Supuestos Prácticos
TEMA 10. Introducción al Benchmarking
Historia y Concepto de Benchmarking
Categorías del Benchmarking
El Proceso Básico del Benchmarking
Proceso de Benchmarking de Robert C. Camp (Xerox)
Proceso de las Cinco Etapas para Benchmarking de Spendolini (I)
Proceso de las Cinco Etapas para Benchmarking de Spendolini (II)
Proceso de las Cinco etapas para Benchmarking de Spendolini (III)
Factores de Riesgo y Obstáculos para el Éxito del Benchmarking
Benchmarking para Sentirse Bien
Supuestos Prácticos

METODOLOGÍA

A DISTANCIA A TRAVÉS DE PLATAFORMA DE TELEFORMACION. CONTROL DE EVALUACIONES A TRAVÉS DE ESTE SISTEMA.

* El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line.

* El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de una prueba objetiva a través de la plataforma on line. Se facilitarán para cada tema los artículos y programas que se especifican y que servirían de material básico para la elaboración de programas posteriores adaptados a las necesidades y a la situación.

*El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición previa petición la tutoría de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación. Hay una atención continuada en el horario de apertura del Centro de 9 a 14 horas y de 16 a 21 horas. A través de la plataforma el alumno puede ponerse en contacto con su tutor correspondiente en cualquier momento siendo respondido en el menor plazo de tiempo posible teniéndose en cuenta que los tutores por lo general se conectan diariamente a la plataforma.

El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o

profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose.

En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo.

Por ello se incorporan las últimas novedades en tecnología de la comunicación, que permitirán al alumno un adecuado aprovechamiento.

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-CD de apoyo

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

(Ver Anexo guía para Usuarios de la Plataforma ICA de Teleformación)

PROFESORADO:

Profesores Licenciados en Derecho. Licenciados en Administración de Empresas y Relaciones Laborales. Psicólogos del Area Social y del Trabajo. Especialistas en Marketing.

EVALUACIÓN:

Se efectuará a través de:

1.- Prueba objetiva al finalizar el Curso respecto a los diferentes contenidos de los distintos bloques temáticos.

2.- Se realizará por parte de cada asistente una valoración del Curso en sus diferentes aspectos.

- Prueba de Evaluación tipo test de todo el curso: al finalizar la prueba de autoevaluación del último Tema se le propondrá la Prueba final del curso para comprobar que su aprendizaje global ha sido satisfactorio. La no superación de este examen conllevará la no aprobación del curso.

Superar la prueba significa obtener, al menos, el 80% de respuestas correctas. Por ejemplo, si se proponen 100 preguntas, debe responder correctamente a 80 de ellas.

- Tareas o trabajos personales supervisados, que cada alumno realizará, ayudándose de los foros.

- Participación en foros.

- Envíos de correos al tutor.

- Frecuencia de uso del curso.

Por tanto, el alumno habrá aprobado el curso, y tendrá derecho a la obtención del diploma acreditativo, si:

- Obtiene en el Examen, tipo test, final del curso, al menos, el 80 % de respuestas acertadas.

- Es calificado como apto en todas las Tareas de tipo práctico propuestas. Se valorará la realización de un trabajo práctico en relación a los programas expuestos en lo que se refiere a un diseño curricular específico.

TIPOS DE PRUEBAS DE EVALUACION

Serán realizadas a través del apartado ejercicios y examen de la Plataforma de Teleformación unas pruebas de evaluación tipo test para valoración del conocimiento de los contenidos del curso.

Asimismo se realizará un cuestionario de evaluación de la calidad del curso en cuanto a desarrollo, profesorado, contenidos etc... valorándose el grado de satisfacción del alumno.

TUTORIAS

Las tutorías serán realizadas fundamentalmente en horario de tarde de 18 a 21 horas, dado el nivel de ocupación del profesorado sobre todo en horario de mañana. Podrán realizarse tutorías a través de la Plataforma de teleformación dispuesta para ello o incluso a nivel telefónico, fax o presenciales si las demanda el alumno, estando a su disposición para ello los tutores de la actividad.

No obstante los alumnos podrán ponerse en contacto de forma continuada en el horario de apertura del Centro de 9 a 14 horas y de 16 a 21 horas.

Se tendrán a disposición del alumno Foros de intercambio con los compañeros del grupo y los tutores durante las fechas de realización del curso.

Podrán realizarse Chats o incluso Video-conferencias con las oportunas convocatorias a lo largo del curso.

Curso acreditado por la prestigiosa Universidad San Pablo CEU, que emite directamente el DIPLOMA

