Calidad de servicio y atención al cliente

Calidad de servicio y atención al cliente

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Metodología:

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

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2025

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-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.

© icaformación2025

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

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)

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

© icaformación2025

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

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

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

Lo que hemos aprendido

Test

© icaformación2025

Actividades

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

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

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

© icaformación2025

Tipos de Clientes

Otras Clasificaciones de Tipos de Clientes

La Prueba del Ácido para un Segmento

El Paso Siguiente: 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

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

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

© icaformación2025

Medición, Análisis y Mejora

Mantener el Enfoque del Cliente

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

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

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

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

© icaformación2025

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

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

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)

Lo que hemos aprendido

Test

© icaformación2025

Actividades

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

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

© icaformación2025