

“ATENCIÓN A CLIENTES”

Objetivo

Coadyuvar a la mejora continua de las organizaciones a través de la identificación, análisis y desarrollo de habilidades que permitan brindar un servicio de calidad a los clientes.

Competencias a Alcanzar

Al término del curso el participante estará en la capacidad de:

- Identificar la importancia de contar con una cultura orientada a la calidad de servicio.
- Identificar los momentos donde generar valor a nuestros clientes, desarrollarlos y potenciarlos.
- Identificar las oportunidades de mejoras en las relaciones interpersonales que conduzcan hacia la cultura del servicio.

CONTENIDO

IV SESIONES

Unidad I. Definición de cultura de servicio al cliente.

Unidad II. Organización y cultura centrada en el cliente.

Unidad III. El valor económico de la atención al cliente.

Unidad IV. Las cinco claves para la atención al cliente.

Dirigido a

Ejecutivos de ventas y asesores de servicios.

- Personal de contacto de los diferentes tipos de tiendas comerciales, agencias de viajes, tiendas por departamentos, ventas de salón, ventas de mostrador, ventas por campaña.
- Profesionales y ejecutivos cuyo objetivo organizacional sea vender más y brindar un extraordinario servicio al cliente a todo nivel.
- Responsables de atención y servicio de atención al cliente, relaciones públicas, imagen, recepción.

Unidad V. Los falsos modelos mentales sobre ser atentos.

Unidad VI. Todo lo que hacemos, comunica.

Unidad VII. ¿Quién es el cliente?, ¿Cuál servicio?, ¿Qué se espera?

Unidad VIII. La empatía: qué es lo que el cliente quiere.

Unidad IX. Herramientas de mejora de la atención.

Unidad X. Formas para manejar clientes difíciles.

**Duración:
16 horas**

