



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

COMM0005 Estrategias De Servicios: Calidad Y Orientación Al Cliente

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

El curso COMM0005 Estrategias De Servicios: Calidad Y Orientación Al Cliente ofrece formación especializada en el sector de Comercio y Marketing. Con este curso COMM0005 Estrategias De Servicios: Calidad Y Orientación Al Cliente el alumnado obtendrá las herramientas necesarias para identificar las estrategias destinadas a la atención, comunicación y servicio al cliente siendo capaces de aplicar los programas de calidad y medir la satisfacción.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CALIDAD Y SERVICIO

1. Introducción a la calidad y servicio: algunas definiciones
2. - Calidad.
3. - Servicio.
4. - Cliente siempre exigente.
5. - importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio.
6. - Cuanto más inmaterial sea un servicio, más influencia tendrán sus aspectos tangibles.
7. - Motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio.

8. - Calidad del servicio es total o inexistente.
9. - Gestión de la calidad total.
10. - Concepto de calidad varía según las culturas.
11. - Satisfacción del cliente: un secreto a desvelar.
12. Aplicación de estrategias de servicio
13. - Cliente es el rey.
14. - Competir en los precios o en las diferencias.
15. - Estrategias de servicio de productos.
16. - Estrategias de servicio para los servicios.
17. - Estrategia de servicio: una promesa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACTUACIONES ANTE UN POSIBLE PROBLEMA

1. Aplicación de las normas de la calidad del servicio
2. - Norma es el resultado esperado por el cliente.
3. - Norma debe ser ponderable.
4. - Normas de calidad del servicio deben ser utilizadas por toda la organización
5. - Formación del personal en las normas de calidad.
6. - Prestación de un servicio orientado al cliente
7. Gestión de la calidad en el servicio
8. - diferencias entre las empresas y los servicios
9. - Dificultades de gestionar la calidad del servicio
10. - Costo de calidad y de la falta de calidad.
11. - Gestión de la calidad del servicio: un asunto de método
12. Localización de errores
13. - Hacerlo bien a la primera.
14. - Cero defectos también pasa por una caza implacable de errores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPORTANCIA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1. Evaluación de la satisfacción del cliente
2. - Valor para el cliente.
3. - Satisfacción del consumidor.

4. - Encuestas de satisfacción.
5. - Cartas de reclamación: una fuente de beneficios.
6. - Opinión ajena.
7. Lanzamiento de un programa de calidad.
8. - Diagnóstico: un punto de partida ineludible.
9. - Búsqueda del cero defectos.
10. - Reconsideración del servicio prestado.
11. - Tronco común de excelencia para ramas del servicio.
12. Realización de una atención telefónica en la gestión de la calidad del servicio.
13. - Preparación técnica.
14. - Preparación táctica.
15. - Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono.
16. - Algunas recomendaciones al hablar por teléfono.
17. Ejemplificación de mala calidad en el servicio.
18. - Aeropuerto
19. - Banco.
20. - Supermercado.
21. - Tarjetas de crédito.
22. - Empresa de mantenimiento.
23. - Hotel.
24. - Empresa de alquiler de coches.
25. - Concesionario de automóvil
26. - Juego de salón que termina en el lugar de partida
27. - Agencia de seguros.
28. - Informativos.
29. - Catástrofe de Chernobil: diferencias culturales.
30. - Caldera ruidosa.
31. - Instituto de estadística.
32. - Tienda de muebles.
33. Realización del módulo específico sectorial
34. - Características específicas de la atención al cliente en el sector concreto en el que se imparte esta especialidad.
35. Interés por las ventajas que entraña conocer la valoración cliente a través de las reclamaciones y de otro tipo de fuentes de información

36. Demostración de iniciativa a la hora de gestionar los elementos que conforman un programa de calidad partiendo de la autocrítica
37. Concienciación por tratar al cliente mediante una atención planificada y con los medios adecuados.
38. Adquirir buenas prácticas en el trato con el cliente y valoración de ejemplos ilustrativos de malas prácticas.



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es