









TÉCNICAS DE SERVICIO AL CLIENTE

¡Brinda a tus clientes lo que nadie más puede ofrecerles!

Examina los elementos que conforman una cultura de servicio en las organizaciones, mediante el desarrollo de un sistema de estrategias y técnicas que contribuyan a la creación de valor para los clientes.

-  8 semanas.
-  60 horas lectivas.
-  Autogestivo.
-  Acceso gratuito
-  Pago por documento de acreditación al finalizar el curso.
-  Inscríbete cualquier día del año.

Dirigido a:

Público en general enfocado en la mejora continua de la atención brindada a los clientes de su organización.

Contenido temático

1. Aspectos distintivos de los servicios

- ➔ Definiciones básicas de los servicios.
- ➔ Técnicas de calidad en el servicio al cliente.
- ➔ Escalas de la calidad en el servicio.
- ➔ Clasificaciones comunes de giros en el sector terciario.
- ➔ La mezcla de mercadotecnia de servicios.
- ➔ Modelo de las cuatro brechas sobre la calidad en el servicio.
- ➔ Clasificación de los servicios.

2. La mezcla de mercadotecnia para los servicios

- ➔ Administración de la demanda y control de la capacidad de servicio.
- ➔ La evidencia física y el ambiente de servicio.
- ➔ Diseño de servicios y estrategias para la fijación de precios.
- ➔ Fijación de precios en los servicios: enfoques, costos no monetarios, valor para el cliente.
- ➔ Estrategias de comunicación y promoción de los servicios.
- ➔ Enfoques para integrar la comunicación en la mercadotecnia de servicios.

3. Análisis de los servicios y expectativas del servicio en los clientes

- ➔ Diagrama de flujo del servicio.
- ➔ El concepto de los momentos de la verdad en el servicio.
- ➔ Niveles de expectativas del cliente.
- ➔ Estrategias de posicionamiento para los segmentos de mercado.
- ➔ Desarrollo de relaciones con el cliente.