

<b>NOMBRE DEL CURSO:</b> ESTRATEGIAS DE SERVICIOS: CALIDAD Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE <b>ÁMBITO:</b> COMERCIO Y MARKETING <b>HORAS:</b> 100
---

**OBJETIVOS:**

El objetivo general de este curso es lograr que el alumno alcance, al finalizar el curso, conocimientos y destrezas sobre Estrategias de Servicios: Calidad y Orientación al Cliente.

**INDICE:**

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CALIDAD Y SERVICIO: ALGUNAS DEFINICIONES

La calidad

El servicio

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Un cliente siempre exigente

La importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio

Cuanto más inmaterial sea un servicio, más influencia tendrán sus aspectos tangibles

La motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio

La calidad del servicio es total o inexistente

Gestión de la calidad total

El concepto de calidad varía según las culturas

La satisfacción del cliente: un secreto a desvelar

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?

Dificultades de gestionar la calidad del servicio

Costo de calidad y de la falta de calidad

Gestión de la calidad del servicio: un asunto de métodos

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

Introducción

El cliente es el rey

Competir en los precios o en las diferencias

Estrategias de servicio de productos

Estrategias de servicio para los servicios

La estrategia de servicio: una promesa

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO

Afirmar la diferencia

Amoldarse a las expectativas del cliente

Reducir el riesgo percibido por el cliente

Materializar el servicio

En materia de servicios, todo es comunicación

Contar con los distribuidores

Motivar al personal: un empleado convencido es un cliente convencido

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO

Introducción

La norma es el resultado esperado por el cliente

La norma debe ser ponderable

Las normas de calidad del servicio deben ser utilizadas por toda la organización

Formar al personal en las normas de calidad

Prestar un servicio orientado al cliente

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. CALIDAD Y SERVICIO: ASPECTOS GENERALES

Calidad y servicio: aspectos generales

El cliente y su percepción del servicio

Las empresas de servicios

Estrategias de las empresas de servicios

La comunicación y las normas de calidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CAZA DE ERRORES

Introducción

Hacerlo bien a la primera

El cero defectos pasa también por una caza implacable de errores

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Introducción

Valor para el cliente

Satisfacción del consumidor

Las encuestas de satisfacción

Las cartas de reclamación: una fuente de beneficios

La opinión ajena

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. ¿CÓMO LANZAR UN PROGRAMA DE CALIDAD?

Introducción

El diagnóstico: un punto de partida ineludible

A la búsqueda del cero defectos

Reconsideración del servicio prestado

Un tronco común de excelencia para ramas del servicio

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. ATENCIÓN TELEFÓNICA EN LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Introducción

Preparación técnica

Preparación táctica

Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono

Algunas recomendaciones al hablar por teléfono

## UNIDAD DIDÁCTICA 12. EJEMPLOS DE MALA CALIDAD EN EL SERVICIO

Aeropuerto

Banco

Supermercado

Las tarjetas de crédito

Empresa de mantenimiento

Hotel

Empresa de alquiler de coches

Un concesionario Mercedes Benz

Un juego de salón que termina en el lugar de partida

Una agencia de seguros

Unos informativos

La catástrofe de Chernobil: diferencias culturales

Una caldera ruidosa

Un instituto de estadística

Una tienda de muebles

## UNIDAD DIDÁCTICA 13. MÓDULO ESPECÍFICO SECTORIAL

Características específicas de la atención al cliente en el sector concreto en el que se imparte esta especialidad.