CURSO

ESTRATEGIAS DE SERVICIOS
-CERTIFICADO POR LA UNIVERSIDAD NEBRIJA CON 4 ECTS

MAS1103



DESTINATARIOS

El **Curso en Estrategias de Servicios** está destinado a todas aquellas personas que pretendan adquirir todos los conocimientos necesarios en este ámbito profesional y poder desarrollarlos de forma eficiente en el mundo laboral.

Permite conocer e identificar las estrategias orientadas a la mejora de la atención, comunicación y servicio al cliente, siendo capaz aplicar los programas de calidad en el servicio y medir la satisfacción del cliente. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirá hacer un seguimiento de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso de forma autónoma.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
100H

MODALIDAD
ONLINE
*La modalidad incluye módulos con clases en directo

CURSO INICIAL
ONLINE

TUTORIAS
PERSONALIZADAS

IDIOMA
ESPAÑOL

DURACION
HASTA UN AÑO
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~2080 €~~
VALOR ACTUAL: 520 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**ESTRATEGIAS DE SERVICIOS**", de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

REDES SOCIALES

@esneca.business.school
linkedin.com/school/esneca-business-school
esneca.com
facebook.com/esnecaschool
@esneca
esneca.com/blog-esneca

CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CALIDAD Y SERVICIO: ALGUNAS DEFINICIONES

1. La calidad.
2. El servicio.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

1. Un cliente siempre exigente.
2. La importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio.
3. Cuanto más inmaterial sea un servicio, más influencia tendrán sus aspectos tangibles.
4. La motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio.
5. La calidad del servicio es total o inexistente.
6. Gestión de la calidad total.
7. El concepto de calidad varía según las culturas.
8. La satisfacción del cliente: un secreto a desvelar.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?.
2. Dificultades de gestionar la calidad del servicio.
3. Costo de la calidad y de la falta de calidad.
4. Gestión de la calidad del servicio: un asunto de métodos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

1. Introducción.
2. El cliente es el rey.
3. Competir en los precios o en las diferencias.
4. Estrategias de servicio de productos.
5. Estrategias de servicio para los servicios.
6. La estrategia de servicio: una promesa.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO

1. Afirmar la diferencia.
2. Amoldarse a las expectativas del cliente.
3. Reducir el riesgo percibido por el cliente.
4. Materializar el servicio.
5. En materia de servicios, todo es comunicación.
6. Contar con los distribuidores.
7. Motivar al personal: un empleado convencido es un cliente convencido.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO

1. Introducción.
2. La norma es el resultado esperado por el cliente.
3. La norma debe ser ponderable.
4. Las normas de calidad del servicio deben ser utilizadas por toda la organización.
5. Formar al personal en las normas de calidad.
6. Prestar un servicio orientado al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CALIDAD Y SERVICIO: ALGUNAS DEFINICIONES

1. Calidad y servicio: aspectos generales.
2. El cliente y su percepción del servicio.
3. Las empresas de servicios.
4. Las estrategias de las empresas de servicios.
5. La comunicación y las normas de calidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CAZA DE ERRORES

1. Introducción.
2. Hacerlo bien a la primera.
3. El cero defectos pasa también por una caza implacable de errores.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1. Introducción.
2. Valor para el cliente.
3. Satisfacción del consumidor.
4. Las encuestas de satisfacción.
5. Las cartas de reclamación: una fuente de beneficios.
6. La opinión ajena.

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

1. Introducción.
2. El diagnóstico: un punto de partida ineludible.
3. A la búsqueda del cero defectos.
4. Reconsideración del servicio prestado.
5. Un tronco común de excelencia para varias ramas del servicio.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL TELÉFONO

1. Introducción.
2. Preparación técnica.
3. Preparación táctica.
4. Desarrollo práctico o técnica del uso del teléfono.
5. Algunas recomendaciones al hablar por teléfono.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EJEMPLOS DE MALA CALIDAD EN EL SERVICIO

1. Aeropuerto.
2. Banco.
3. Supermercado.
4. Las tarjetas de crédito.
5. Empresa de mantenimiento.
6. Hotel.
7. Empresa de alquiler de coches.
8. Un concesionario Mercedes Benz.
9. Un juego de salón que termina en el lugar de partida.
10. Una agencia de seguros.
11. Unos informativos.
12. La catástrofe de Chernobil: diferencias culturales.
13. Una caldera ruidosa.
14. Un instituto de estadística.
15. Una tienda de muebles.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO DEL COMERCIO

1. Introducción.
2. Gestión de la calidad total en el comercio.
3. Implantación de un sistema de gestión de calidad.
4. El modelo EFQM para empresas de comercio.
5. Ayudas a la implantación de sistemas de calidad.