



DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Nombre del Curso	TÉCNICAS DE CALIDAD EN ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE		
Código SENCE	1237945116	Duración	20 Horas.
Fecha Inicio	A Convenir	Valor por Alumno/a	\$ 100.000
Horario	A Convenir	Frecuencia	A Convenir.
Modalidad	Presencial	Franquicia Tributaria	Sí, 100%
Lugar de Ejecución	Dependencias de la empresa y/o dependencias del Instituto ICADE.		
Materiales a Entregar	Manual del curso, carpeta con logo institucional OTEC, lápiz pasta, cuaderno o block de apuntes.		
Requisitos de Aprobación del Curso	Asistencia de un 75% o superior. Entrega de diploma para los alumnos que finalicen el curso previo cumplimiento de los requisitos de aprobación.		

Para nuestros alumnos/as disponemos de:

• Salas de clases cómodas con calefacción y ventilación según época del año.	• Relatores con amplia experiencia en docencia y/o capacitación
• Servicio de Coffe Break.	• Clases personalizadas de acuerdo a requerimientos del alumno/a.
• Para exalumnos/as del instituto ICADE consulte por su descuento.	• Alumnos/as particulares por pago al contado, tiene un 5% descuento.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades para atender telefónicamente y satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes, generando relaciones estables y sostenibles, con el fin de fidelizar al cliente con la empresa. Todas alineadas en el concepto de la calidad en el servicio no presencial.

MÓDULOS Y CONTENIDOS

1.- Conocer y definir conceptos básicos en el servicio de atención al cliente.

- Definición de Atención al cliente, vendedor, comprador, proveedor, telemarketing.
- ¿Qué es calidad?, el triángulo de la calidad.
- ¿qué esperan los clientes de las organizaciones?
- Las barreras que se oponen a un servicio de calidad, calidad humana, la satisfacción del cliente como objetivo del personal.
- Los costos de la mala atención telefónica al cliente: costos directos e indirectos.
- Los 5 principios básicos en el Servicio de Atención al Cliente, presencial, via telefónica o por redes sociales.





2.- Distinguir los conceptos de la calidad en el servicio sus 5 criterios.

- Tipos de servicio (Servicios de post venta).
- Calidad y valor del servicio.
- Usando el talento.
- Superar las expectativas del cliente.
- La cadena del servicio y cómo conectarse con los clientes

3.- Distinguir las distintas técnicas de servicio y la tipología de clientes.

- Técnicas de servicio de calidad, las 5 claves.
- Conocimiento del producto.
- Fases de mejoramiento de la calidad en el servicio telefónico.
- Desmotivación laboral.
- Proyección de una imagen corporativa de excelencia y su influencia en el servicio a través de las redes sociales.

4.- Usar los distintos tipos de comunicación eficiente en la gestión de calidad de la atención al cliente.

- La comunicación en la atención al usuario y los 5 criterios de la calidad en el servicio
- Tipos de comunicación, las barreras en la comunicación con el cliente.
- La escucha activa, la asertividad y empatía.
- Las habilidades comunicacionales en las relaciones humanas.
- Cómo conectarse con los clientes (Test de autoconocimiento).

5.- Atender a clientes difíciles sin llegar a perderlos, manejo de las quejas.

- Las quejas, una instancia para mejorar.
- Razones para calmar un cliente disgustado.
- ¿Qué hacer frente a un cliente disgustado?
- Pasos para tratar una queja.
- Aprendiendo de las quejas.

6.- Aplicar técnicas de negociación y manejo de las quejas.

- ¿Cómo negociar efectivamente? y convertir las quejas en ventas.
- Respondiendo saludablemente a un no.
- Entendiendo a los clientes, todos los clientes son iguales.
- La opinión del cliente.

7.- Aplicar protocolos de venta para obtener excelencia en la atención.

- Saludo e identificación de la empresa y nombre de quien habla.
- Sondeo de necesidades.
- Características y beneficios del producto o servicio.
- Chequeo de conformidad
- Venta cruzada.
- Cierre de la venta.
- Despedida.
- Actitud en el servicio telefónico.





8.- Utilizar el servicio telefónico como un recurso clave en el servicio.

- Introducción.
- Reglas básicas.

9.- Manejar nociones en las redes sociales, marketing digital y telemarketing en el servicio.

- Objetivo.
- Importancia.
- Claves y sugerencias.
- Consejos.

METODOLOGÍA

Clases expositivas y didácticas centrada en los aprendizajes previos de los participantes con la participación activa de estos apoyados de manera permanente por el facilitador/a del curso, considerando un enfoque práctico mediante la utilización de diversas estrategias según la naturaleza del curso tales como: Estudio de casos, juego de roles, desarrollo de actividades prácticas tanto de manera individual como grupal. Todo lo anterior complementado con el uso de medios audiovisuales e informáticos.

CONSIDERACIONES IMPORTANTES

Todos nuestros cursos de capacitación están sujetos a un quorum (cantidad) mínimo de participantes a cumplir para su ejecución.

“Actividad de capacitación autorizada por el SENCE para los efectos de la franquicia tributaria de capacitación, no conducente al otorgamiento de un título o grado académico.”
De acuerdo a lo estipulado a Circular N° 29 (24/02/2010) del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo.

