



Este componente analiza el servicio postventa en el contexto del proceso de venta, abarcando varias etapas cruciales para atraer, captar y fidelizar clientes. Incluye el reconocimiento de los elementos fundamentales del servicio postventa, el proceso de calidad necesario para asegurar la satisfacción y el regreso del cliente, y la estructura organizacional adecuada para implementar un servicio postventa efectivo en la empresa. También aborda las herramientas esenciales para ofrecer el servicio, su importancia y los diferentes tipos de servicios postventa que pueden ser adoptados.

