

DIPLOMADO

Sistemas de estandarización del servicio al cliente

Reseña del programa

La gran mayoría de las empresas de servicio saben el impacto que tiene un buen servicio o un mal servicio en los resultados de su empresa, pero pocos tienen una estrategia definida para asegurar que su servicio sea el más adecuado a las necesidades y expectativas de su mercado, es decir, de sus clientes actuales y potenciales.

En México, a juzgar por lo que vivimos día a día, el servicio en la mayoría de las tiendas, restaurantes, hoteles y muchos otros negocios, deja mucho que desear. Son frecuentes las quejas de los clientes porque no hay nadie que los atienda cuando lo requieren, por la apatía o desgano de los empleados, el burocratismo de las políticas y procedimientos de la empresa para resolver sus problemas, los comentarios de los empleados que lo hacen sentir mal, etc.

Justamente por esta situación, el ofrecer un servicio de primera a los clientes, es un área de oportunidad muy redituable. Porque quién ofrezca de manera consistente en todos sus establecimientos un servicio, donde los empleados estén siempre listos para atender al cliente interno y externo que lo requiera, que lo atienda con amabilidad y gusto por servirle, que haga todo lo que esté en sus manos por ayudar a cubrirle una necesidad especial y que se comprometan a cumplir lo que prometen, va a establecer la diferencia con el servicio de sus competidores. Los clientes lo notarán, lo apreciarán y pagarán el servicio con gusto, regresarán cada vez que lo necesiten y lo recomendarán a sus conocidos. Y quien pague primero, pagará dos veces.

Pero ¿cómo podemos distinguir nuestro servicio del de la competencia? La respuesta está en crear una cultura de calidad en el servicio al cliente en toda la organización. Pero implantar una cultura implica en el fondo, cambiar las actitudes y las costumbres de trabajo de los empleados de servicio; lo cual no es una tarea sencilla, que se dé de la noche a la mañana, que se resuelva con unos cuantos cursos y unos cuantos carteles promocionales.

Este Diplomado ofrece la posibilidad de diseñar e implantar todo un sistema integral para la estandarización de servicio al cliente. que contemple las diversas acciones que sin ellas, puede naufragar el proyecto de garantizar la satisfacción plena de los clientes.

Coordinador

Lic. Carlos Nava Larraguivel

Curriculum del coordinador

- Es Lic. en Administración de Empresas y Master en Alta Dirección.
- Fue Gerente de Recursos Humanos del Grupo Ericsson, donde laboró por más de 11 años.
- Es conferencista profesional y expositor de cursos de desarrollo de ejecutivo, en México y 4 países de Centro y Sudamérica.
- Es coautor de 4 libros de investigación en empresas e instituciones de México y 5 países de Asia.
- Desde 1991, es socio-director de la firma Estrategia 2000 S.C., y ha atendido a clientes como Comex, Bimbo, Gillette, General Motors, Liverpool, Nestlé, OfficeMax, etc. en las áreas de:

DIPLOMADO

Sistemas de estandarización del servicio al cliente

Curriculum del coordinador	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en habilidades gerenciales y liderazgo; así como ventas y servicio • Implantación de culturas corporativas de calidad en el servicio • Asesoría en recursos humanos y organización
Perfil de ingreso	<p>Supervisores, jefes, gerentes y directores de empresas de servicio chicas, medianas y grandes que quieran contar con una ventaja competitiva para mantener y ampliar su mercado</p> <p>Nivel escolar preuniversitario, licenciatura y maestría</p>
Requisitos de ingreso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Currículo Vitae 2. Copia de título o cédula profesional o carta de pasante 3. Haber trabajado en empresa de servicio (no obligatorio)
Objetivos	<p>≈ Entender conceptualmente que el papel del servicio en una empresa u organización, es la base para construir toda una cultura de calidad en el servicio</p> <p>≈ Estar consciente de que contar con un Código de Servicio con la descripción clara de los estándares de servicio esperados de los empleados de servicio, es el elemento central para lograr la satisfacción del cliente</p> <p>≈ Tener claro que la existencia de diferentes herramientas de evaluación del comportamiento de los empleados, es la única manera de que los empleados realmente cumplan con lo que se espera de ellos</p> <p>≈ Saber que una función clave de los directivos de una empresa es la generación de una estrategia de servicio para los siguientes 2 o 3 años, basada en un diagnóstico del entorno del mercado y de la competencia, así como de sus fuerzas y debilidades del servicio y de factores colaterales que afectan el servicio</p> <p>≈ Estar convencido de que la manera de tratar a los diferentes tipos de clientes y la capacidad de escucharlos, particularmente en los momentos en que media un conflicto de intereses, es de vital importancia para el éxito del servicio y –por ende- de la empresa</p>

DIPLOMADO

Sistemas de estandarización del servicio al cliente

Contenido temático

Módulo I

INTRODUCCION AL MUNDO DEL SERVICIO

Duración: 20 horas

- El servicio como factor clave de competencia en una economía de libre mercado.
- Principios básicos para atraer y retener a los clientes.
- La cultura de servicio en México (película "el invitado").
- Las actitudes negativas y positivas de servicio.
- Los estados de ánimo como factor determinante de las actitudes.
- Las creencias y valores positivos y negativos sobre el trabajo.
- Principios básicos para trabajar con calidad.
- El servicio con valor agregado.

Módulo 2

ESTÁNDARES DE SERVICIO

Duración: 24 horas

- Ventajas de la estandarización del servicio.
- Selección de los estándares a definir.
- Estándares sobre la persona y el trabajo interno.
- Estándares sobre la atención al cliente.
- Conformación de un Código de Servicio.
- Logística de aplicación y seguimiento del cumplimiento de los estándares.

Módulo 3

SISTEMAS DE DIFUSION Y EVALUACION DEL SERVICIO

Duración: 20 horas

- Difusión a supervisores, jefes y gerentes.
- Difusión a los empleados de servicio.
- Campañas de comunicación.
- Evaluación informal-diaria de parte del jefe.
- Evaluación formal - semestral de parte del jefe.
- Evaluación permanente de parte del cliente.
- Evaluación sorpresa de los mystery shoppers.
- Evaluación periódica de la auditoria a la tienda en Recursos Humanos.

DIPLOMADO

Sistemas de estandarización del servicio al cliente

Contenido temático

Módulo 4

DIAGNOSTICO Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Duración: 16 horas

- Diagnóstico de condiciones actuales de servicio.
- Diseño de una estrategia de servicio.
- Elaboración de perfiles de los puestos de servicio.
- Proceso de selección de candidatos de servicio.

Módulo 4

TRATO EMPATICO AL CLIENTE

Duración: 20 horas

- Tipos de clientes por su forma de comportamiento.
- El trato empático para cada tipo de clientes.
- Técnicas para escuchar al cliente y el manejo de las emociones del cliente.
- Clasificación de las quejas, según los diferentes responsables de las fallas.
- Estrategias de solución de quejas.
- Medidas correctivas de fallas y preventivas de las quejas.