

PROGRAMA DE CALIDAD Y SERVICIO

MÓDULO I

FUNDAMENTOS DEL SERVICIO

- Construcción del concepto de servicio al cliente
- Importancia del servicio al cliente
- Importancia del cliente en las empresas
- La calidad y el servicio
- Los momentos de verdad y el ciclo del servicio
- Personas, procesos y tecnología en el servicio
- Construcción de las 4C del servicio: calidad, confianza, consistencia y cultura
- Características de las empresas que sobresalen en servicio

MÓDULO II

OPERACIÓN DEL SERVICIO

- La oferta de valor y el servicio
- Entender las necesidades de los clientes para la construcción de relaciones
- Procesos del servicio al cliente
- Creatividad y oportunidad en el servicio
- El nuevo enfoque del servicio al cliente

MÓDULO III

SERVUCCIÓN

- Análisis de los procesos para la prestación de servicio
- Los clientes y proveedores en la prestación de servicio
- Mapeo de procesos para la prestación de los servicios
- De la estructura funcional a la estructura por procesos
- El rol del servicio en la cadena productiva
- El servicio como eslabón en la cadena de valor
- Herramientas del servicio
- Análisis de los ciclos del servicio

MÓDULO IV

MERCADEO DEL SERVICIO

- Fundamentos de mercadeo de servicios
- Generar una cultura de mercadeo de servicio
- Características de mercadeo de servicios
- Análisis del mercadeo de servicios

- El compuesto y mezcla para el programa de servicio
- Plan de mercadeo de servicio
- El mercadeo como herramienta de fidelización

MÓDULO V

GESTIÓN FINANCIERA DEL SERVICIO

- Entorno y funcionamiento del sistema financiero
- Herramientas financieras para empresas de servicio
- Costos en servicio
- Plan de utilidades en los negocios de servicio
- Evaluación financiera en los proyectos de servicio
- Oportunidades financieras en la atención de las quejas y los reclamos
- Costos y beneficios en las empresas de servicio

MÓDULO VI

ÉTICA

- Ética general, a qué se refiere, qué es y qué no es
- Ética de la empresa
- Responsabilidad social y empresarial

MÓDULO VII

AUDITORÍA MÉTRICA DEL SERVICIO

- La medición en los servicios
- Instrumentos diagnósticos para los servicios
- Qué medir y qué no medir
- Modelos de medición
- Interpretación de los resultados y gestión interna
- Auditoría de servicio
- Balanced Scorecard en la satisfacción del cliente

MÓDULO VIII

GESTIÓN DEL CRM EN EL SERVICIO

- CRM: conceptualización y orígenes
- Relación con el *marketing* y el servicio
- Los pilares del CRM
- Estrategia CRM
- Beneficios del CRM: satisfacción y lealtad de clientes

- Tecnología al servicio del CRM
- E-CRM: CRM por Internet

MÓDULO IX

EL FACTOR HUMANO DEL SERVICIO

- Servicio e inteligencia emocional
- La actitud que marca la diferencia
- Importancia y beneficios de una cultura enfocada en los clientes
- Cómo crear una cultura centrada en la satisfacción de los clientes