



CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE, S.C.

**¡LOS EXPERTOS EN SERVICIO.....  
A TU SERVICIO!**

## **CURSO DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE 2.0**

***¡ Es un programa motivacional y técnico para despertar inspiración  
de servicio en su personal !***

El curso de Calidad en el servicio al cliente 2.0 ha sido estructurado para personal fue especialmente elaborado para personal que tiene constante contacto con clientes externos (consumidores), considerando que los clientes han cambiado vertiginosamente sus preferencias, deseos, necesidades, prioridades y hasta el nivel de tolerancia.

Es un curso único en el mercado y está basado en los resultados de una investigación realizada durante 12 meses (86 empresas y 7,912 empleados que atienden a clientes ), donde descubrimos las actividades que generan resultados positivos en su percepción y las actividades que no.

Incluso encontramos que -algunas actividades- logran resultados en ciertas circunstancias y en otras diferentes no. Observamos que los clientes están ansiosos de empresas que no les hagan perder su valioso tiempo, correteando y presionando para recibir sus compras o para que les brinden respuestas o soluciones.

El enfoque antiguo de servicio reactivo (esperar hasta que el cliente se queje para dar un excelente servicio) ha pasado de moda, y debe evolucionar según los clientes porque ellos ya lo han hecho hace años.



Dicha investigación se encuentra detallada en nuestro libro del mismo nombre.



#### **Objetivo General:**

Conocer y practicar las 7 acciones principales del enfoque de servicio reactivo para elevar el número de clientes satisfechos y reducir como consecuencia la deserción de los mismos.

**Las empresas pierden al 81 % de sus clientes, no por falta de experiencias positivas, sino por un Exceso de experiencias negativas generadas por un servicio de mala calidad.**

#### **PUNTOS CLAVE QUE APRENDERÁ:**

- 1.- Las Ventajas del Servicio proactivo para el cliente y para la empresa.**
- 2.- Los tres pilares del servicio: Prevención de problemas de servicio, solución a problemas de servicio y Sorpresa al Cliente.**
- 2.- Las 7 acciones que aumentan la percepción del cliente en tan solo 90 días o 12 semanas.**



CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE, S.C.

## ¡LOS EXPERTOS EN SERVICIO..... A TU SERVICIO!

**3.- Las 9 emociones negativas que generan las empresas en sus clientes y que los invitan a irse a la competencia.**

**4.- Técnicas para no volver a generar dichas emociones negativas.**

**5.- Las 4 emociones positivas que pueden generar las empresas en sus clientes, para retenerlos y conseguir que nos recomienden.**

**6.- Tips para evitar al 93 % de los clientes molestos y difíciles.**

**7.- Formas para generar la conexión emocional con el cliente que aumenten su percepción de la experiencia recibida.**

### **TEMARIO:**

#### **Parte 1: Ventajas del Enfoque Proactivo de Servicio vs. El Reactivo.**

1. Diferencia entre Servicio al Cliente y Atención al Cliente.
2. Los 5 factores (llamados también dimensiones), con los que los clientes evalúan los servicios que reciben.
3. La importancia que tienen cada uno de estos factores en la evaluación de los clientes.
4. ACCIONES PARA PREVENIR 2 DE CADA 3 DECEPCIONES con el servicio.
5. DINAMICA ESPECIAL DE SENSIBILIZACION DE EXPECTATIVAS.
6. Tips de comunicación adecuada para evitar que el cliente considere que es mentira la información que le damos.
7. Tips prácticos para evitar un mal servicio por culpa del mismo cliente.
8. El proceso de servicio al cliente, y en qué casos agrega valor.
9. El 96% de los clientes no desea amabilidad, sino control total del servicio.

#### **Parte 2: ¿Por dónde comenzar la mejora del servicio?**

1. Los métodos en que pueden aumentar el cumplimiento de promesas, de qué manera implementarlos y qué tipo de información requieren para ello (48 % de los consumidores en México no vuelven a comprar en una empresa que no cumplió las promesas de venta o servicio).

**La diferencia está en el servicio.**

**Tel. (55) 5980-3640**

**[www.victorquijano.com](http://www.victorquijano.com)**



2. Las causas por las que no podemos cumplir las promesas que hacemos a los clientes.

### **Parte 3 : La importancia de la actitud de servicio para el cliente.**

1. Antecedentes.
2. Empatía: Entendiendo los costos ocultos que genera el mal servicio para el cliente.
3. Técnicas de solución de problemas de servicio (52 % de los clientes en México perdonan los errores en el servicio si se corrigen adecuada y oportunamente)
4. Técnicas y actividades de recuperación de clientes o de recuperación de ventas perdidas.
5. Las 4 acciones de comunicación eficaz en el servicio y que generan la percepción de control total que quieren los clientes: COMUNICACIÓN PROACTIVA, PREVENTIVA, PREDICTIVA Y PRODUCTIVA (NO REACTIVA).
6. Problemas comunes en la operación de recuperación de ventas o de clientes.
7. La diferencia entre Explicaciones y pretextos.

### **Parte 4: Estrategias de atención al cliente con Clientes Molestos.**

1. Herramientas para atender a clientes difíciles, molestos y decepcionados.
2. Consejos prácticos para atender adecuadamente a los clientes personal o telefónicamente.
3. Estrategias para evitar que el 93 % de los clientes deban tomar una actitud agresiva con quién los atiende.
4. Frases que no se pueden decir a los clientes molestos (LOS ENOJAN MAS).
5. La cruda moral que experimenta el cliente enojado y cómo aprovecharla.

Duración: 16 horas.