



CONFERENCIAS DE SERVICIO AL CLIENTE

Para aquellas organizaciones que buscan sensibilizar grupos numerosos de personas (desde 20 y hasta 500 asistentes) y en un corto tiempo, tales como: en una sesión de objetivos, en una convención o cualquier otro evento, contamos con diversas conferencias sobre el tema de Servicio al Cliente.

Pueden tener una duración entre 2 y 4 horas, dependiendo del aforo y de la cantidad de interacción que se pretenda obtener.

Contamos con las siguientes conferencias:

- A) La actitud no basta (Basada en el libro del mismo nombre).
- B) El cliente olvidado..... los compañeros de trabajo (Basada en el libro del mismo nombre).
- C) Mida eficazmente la satisfacción del cliente (Basada en el libro del mismo nombre).
- D) No pierda más clientes: Consérvelos y Recupérelos (Basada en el libro del mismo nombre).
- E) Cómo cumplir y exceder las expectativas de los clientes (Basada en el libro Cumplir..... Enriquece).
- F) Servicio al cliente 2.0: El servicio proactivo del siglo XXI (Basado en nuestro más RECIENTE LIBRO del mismo nombre)
- G) Héroes del Servicio 1
- H) Cómo ofrecer un gran servicio al cliente.(Servicio Memorable)
- I) Héroes del Servicio 2.
- J) Calidad en el servicio a clientes industriales (B2B).

CONFERENCIA: “ LA ACTITUD NO BASTA”

BASADO EN EL LIBRO : LA ACTITUD NO BASTA (3ª. Edición).

Se ha preguntado ¿ Por qué los empleados no muestran actitud de servicio a los clientes ?.

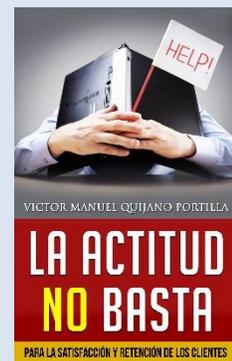
Nuestra investigación exhibe (tras estudiar el desempeño de más de 11 mil empleados) que :

3 de cada 4 empleados si tienen la actitud de servicio que el cliente quiere, pero no lo dejan satisfecho por falta de apoyo de la organización.

Objetivo de la conferencia: El asistente identificará las acciones clave que se requieren para que el personal pueda mostrar actitud de servicio a los clientes que atienden.

Temario:

1. Las 4 acciones clave que apoyan la actitud de servicio.
2. El incumplimiento de expectativas.
3. Falta de capacitación.
4. Falta de servicio interno.
5. Falta de autoridad para tomar decisiones en beneficio del cliente.
6. falta de recompensa por el buen servicio.



CONFERENCIA: “ EL CLIENTE OLVIDADO”

BASADO EN EL LIBRO DEL MISMO NOMBRE.

Se ha preguntado ¿ Por qué las empresas no son tan eficientes o productivas ?.

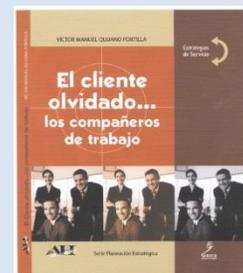
Nuestra investigación exhibe (tras estudiar el desempeño de más de 11 mil empleados) que por un mal servicio interno :

***Cientes y proveedores pierden hasta el 67.6 %
del tiempo productivo diario.***

Objetivo de la conferencia: El asistente identificará las acciones clave que se requieren para que el personal pueda brindar un servicio interno de calidad, para aumentar la productividad de las organizaciones.

Temario:

1. Antecedentes del mal servicio interno.
2. Costos en las empresas por el mal servicio interno.
3. Disfraces del mal servicio interno.
4. Los 3 factores con que evalúan el servicio interno.
5. Los 3 Tipos de comunicación que aumentan un 50% la percepción de servicio recibido por el cliente interno en sólo 9 semanas.



CONFERENCIA: “ NO PIERDA MÁS CLIENTES”

BASADO EN EL LIBRO : No pierda más clientes....consérvalos y recupéralos.

Se ha preguntado ¿ Por qué mis clientes dejan de comprarme y se van a la competencia ?.

Nuestra investigación exhibe (tras observar y documentar más de 11 mil experimentos) que :

A pesar de experimentar errores o problemas con el servicio: 52% de los clientes en México, se muestran dispuestos a seguir siendo clientes, si la empresa corrige ágil y correctamente el error o problema.

Objetivo de la conferencia: El asistente identificará las acciones clave que se requieren para poder conservar a clientes que recibieron un mal servicio.

Temario:

1. Afectaciones que se generan a los clientes por el mal servicio.
2. Técnicas de recuperación de clientes.
3. Fallas comunes en México en la recuperación de los clientes.
4. Técnicas para ganar lealtad de clientes, cuándo éstos tienen problemas personales.
5. Acciones internas clave para que su estrategia de recuperación no se vea afectada por problemas de servicio interno.



CONFERENCIA: “ ¿ Cómo cumplir y exceder las expectativas de los clientes ?

BASADO EN EL LIBRO: “ Cumplir...enriquece”.

Se ha preguntado ¿ Por qué los clientes se decepcionan de su servicio sin haber hecho nada de lo que reclaman ?.

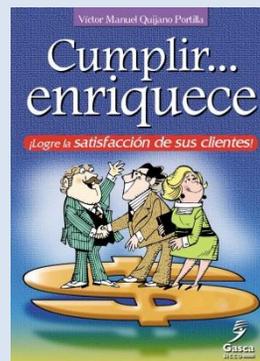
Encontramos (tras encuestar más de 26 mil clientes) que :

**En 2 de cada 3 decepciones de los clientes, la razón es
un equivocado control de las expectativas
de los clientes, por el proveedor.**

Objetivo de la conferencia: El asistente identificará que los clientes evalúan el servicio recibido comparándolo contra sus expectativas y aprenderá como controlarlas a beneficio de la organización.

Temario:

1. ¿ Por qué es importante el cumplimiento de las expectativas de los clientes?
2. ¿ Cómo se generan las expectativas de los clientes?
3. Métodos para identificar las expectativas de los clientes.
4. Estrategias para controlar las expectativas de los clientes.
5. Dinámica interactiva de sensibilización.



CONFERENCIA: “SERVICIO AL CLIENTE 2.0”

BASADA EN EL LIBRO DEL MISMO NOMBRE.

¿Por qué las técnicas tradicionales de servicio al cliente no me funcionan?

En una investigación que realizamos analizando más de 79 mil transacciones con clientes (durante 12 meses) descubrimos que:

El 81% de los clientes no regresan a comprar a una empresa por un exceso de emociones negativas, no por falta de emociones positivas.

Objetivo de la conferencia: El asistente identificará las acciones clave que se requieren para que el personal pueda brindar un servicio proactivo que supera las expectativas de los clientes y aumenta las probabilidades de recompra.

Temario:

1. La actualidad del servicio en el mundo: Enfoque reactivo.
2. Las 9 Emociones negativas que provoca el servicio reactivo y que invitan al cliente a irse a la competencia.
3. ¿Modernización del servicio o Evolución?
4. Los 7 Pasos de nuestra metodología de Servicio Proactivo.
5. Las 4 Emociones positivas que genera el servicio proactivo y que provocan que el 92% de los clientes quieran volver a comprar y recomendarnos.



CONFERENCIA: HEROES DEL SERVICIO 1

(LA IMPORTANCIA DE LA ACTITUD DE SERVICIO DE SEGUNDO NIVEL PARA EL CLIENTE.)

Se ha preguntado ¿ Por qué mis clientes dejan de comprarme y se van a la competencia ?.

Nuestra investigación exhibe (tras observar y documentar más de 11 mil experimentos) que :

El 74 % de los clientes encuestados menciona que tener un problema personal y no recibir ayuda de la empresa en la que compra, es motivo suficiente para cambiar de proveedor.

¿ Sigue pensando que no debe ayudarlo o que no es su problema?

Objetivo Particular :

El participante conocerá la importancia que tiene para los clientes que las empresas se adapten y los ayuden cuando éstos tengan problemas.

- 1) Adaptabilidad: Actuar de acuerdo a la necesidad del cliente.
- 2) Espontaneidad: Forma de comunicarnos espontánea para crear empatía con el cliente.
- 3) Pro-actividad: Soluciones antes de que el cliente las pida, aunque no sean problemas generados por nosotros.
- 4) Sugerencias para lograr ayudar al cliente, para evitar que se vuelva una obligación para la empresa.
- 5) Los clientes buscan soluciones, no explicaciones.
- 6) La diferencia entre : PORQUE NO SE PUEDE, y COMO SI SE PUEDE.
- 7) Ejercicios prácticos.

UN SERVICIO MEMORABLE

Objetivo Particular :

El participante conocerá cómo el valor agregado ayuda a brindar un servicio memorable para los clientes.

- 1) ¿ Cómo creamos valor a través del servicio?
- 2) Formas para deleitar al cliente con un servicio de excelencia
- 3) Formas de lograr deleitar al cliente con el servicio.
- 4) La importancia de personalizar el servicio
- 5) El impacto del valor agregado.
- 6) Las sorpresas en el servicio y el valor que le da el cliente.
- 7) Sugerencias para que el valor agregado tenga un efecto positivo en el cliente.

HEROES DEL SERVICIO 2

(LA EMPATIA Y LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL CLIENTE.)

Objetivo Particular :

El participante conocerá la importancia que tiene para los clientes el establecer con ellos una conexión emocional para lograr una experiencia de servicio memorable.

- 1) ¿ Qué es una experiencia de servicio memorable?
- 2) ¿ Cómo se logra?
- 3) Empatía en las urgencias
- 4) Empatía en las emergencias
- 5) Empatía de interacción positiva
- 6) Empatía futura
- 7) El impacto del valor agregado para el cliente
- 8) Tipos de valor agregado que son valiosos para los clientes.
- 9) Ejercicios prácticos