



INSTITUTO CATEC

Corporación Académica Tecnológica de Costa Rica

SERVICIO AL CLIENTE VIRTUAL



PÉREZ ZELEDÓN



63385909



27718169



[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/CATEC.PZ](https://www.facebook.com/catec.pz)



CATEC.PZ@GMAIL.COM



EN BARRIO LABORATORIO, FRENTE AL SALÓN COMUNAL DE VILLA LIGIA, SOBRE CARRETERA INTERAMERICANA PÉREZ, SAN JOSÉ, COSTA RICA.



www.institutocatec.com

Introducción

Toda empresa que desea permanecer en el mercado, que se propone crecer y ser exitosa debe saber con precisión ¿quién es su cliente?, conocerlo, mantenerlo y fidelizarlo. Si se descuida uno de estos cuatro aspectos se incrementa el riesgo de desaparecer. Es por ello que la dirección de la empresa o negocio, desde su propietario, pasando por todos los empleados que hacen parte de la empresa: gerentes, directores, operarios, secretarias, mensajeros, aseadores, vigilantes, todos deben conocer quién es el cliente de la empresa, cuál es la promesa de venta o compromiso que ha hecho la empresa con ese cliente, cómo desde el puesto de trabajo que se desempeña, se contribuye con ese compromiso y de una manera consciente se vive la relación con el cliente, relación a la que se le llama “Servicio al Cliente”

Objetivo General

Brindar un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades y deseos de los clientes, superando sus expectativas, mediante la actitud positiva personal.

Objetivos Especificos

- Incentivar al personal de servicio para mejorar el trato que se le brinda a cada tipo de cliente.

PERFIL DE ENTRADA	PERFIL DE SALIDA
<p>-Enfocarse en el interlocutor. -Discernir lo más importante. -Tomar nota. -Enfocarse en el interlocutor. -Discernir lo más importante. -Tomar nota.</p>	<p>Atender a la clientela según los principios básicos del servicio al cliente. • Adecuar el servicio para diferentes tipos de empresas mediante los elementos del servicio al cliente. • Abstenerse del uso de los desaciertos que deterioran el servicio al cliente según vivencias personales. • Valorar capacidades individuales que se deben tener en el servicio al cliente mediante el desarrollo de competencias personales y sociales. • Solucionar conflictos con clientes internos y externos, mediante técnicas de solución de conflictos. • Construir estrategias de servicio al cliente, según las características propias de cada empresa y las necesidades que tienen los clientes. • Crear ideas innovadoras para fidelizar a los clientes, según gustos y preferencias de los mismos.</p>



FUNDAMENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE:

El cliente es el activo más valioso que posee una organización. Es necesario que las empresas lo traten como tal y estén pendientes de su forma de pensar y de su forma de percibir la organización. Surge entonces la pregunta ¿Quién es el cliente? Y la respuesta a esta pregunta parece como un destello deslumbrante de lo obvio; pero muchas empresas no se dan cuenta de lo que son realmente los clientes y de cómo se deben tratar. ¿Quién es el cliente? ¿Qué es servicio al cliente? -Diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente -El triángulo del servicio -Los momentos de verdad -El ciclo del servicio -Momentos críticos de la verdad -El mal servicio y sus costos - Actitudes que determinan el mal servicio

ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE

El cliente es en la actualidad, el centro en torno al cual gravitan todos los intereses de una organización. Hoy, no sólo es indispensable estudiar sus características, necesidades, expectativas, deseos, etc., también es necesario que la empresa cree estrategias y programas para el análisis y la resolución de sus quejas, sugerencias e inquietudes y para mejorar el servicio ofrecido. A continuación presentaremos una serie de estrategias, técnicas y métodos que usan las compañías en su objetivo de ofrecer al cliente una experiencia positiva e inolvidable; Acuerdos de niveles de servicio (ANS) - La evaluación del servicio -La libreta de calificaciones del cliente -Manejo de quejas, reclamos y sugerencias - Singularización de los clientes -Claims Management: gestión de las reclamaciones -Retención y fidelización de clientes - El proceso de revalorización en la retención de clientes - La revalorización del producto o servicio ofrecido -Sistemas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM) - CRM = estrategia de negocios + tecnología (software) + talento humano

Valores que mejoran el servicio al cliente

-Sentido de pertenencia - Orientación al cliente -Comunicación asertiva -El trabajo en equipo



HORARIOS

CURSO: SERVICIO AL CLIENTE VIRTUAL

DURACIÓN: 0

HORAS POR SEMANA:6

GRUPO	HORARIO
PZSCVVICT2020-01	JUEVES 6:00 pm - 9:00 pm VIERNES 6:00 pm - 9:00 pm

REQUISITOS

ACCESO A INTERNET - COMPUTADORA O TELÉFONO CON ANDROID VERSIÓN 4.4