

## 2. HACIA LA EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO - 18 HORAS

### OBJETIVOS

Tomar decisiones empresariales, y personales basadas en la interpretación y la aplicación de las últimas herramientas de desarrollo de las habilidades de en la implementación y desarrollo de una estrategia líder en la gestión de la atención al cliente dentro de la empresa basándose en la aplicación directa de las mismas a casos de la vida real, mediante la consulta, la argumentación y la discusión de dichos supuestos y la casuística específica planteada durante el módulo.

### ESTRATEGIAS METODOLOGICAS:

Dada la naturaleza tanto teórica como práctica de la asignatura y la importancia de la combinación de ambas estrategias para el aprendizaje del estudiante, se emplearán diversas metodologías que se detallan a continuación y que en la guía del alumno se desarrollarán con mayor profundidad.

Así, los métodos a manejar serán:

- Método expositivo, de clase magistral para la introducción de conceptos, apoyado por diverso material audiovisual.
- Método de reflexión, apoyado en diversos artículos y publicaciones.
- Método de proyecto, para conocer y aplicar los conceptos comprendidos a una realidad empresarial concreta.

### CONTENIDOS:

Compromiso 360º: hacia la excelencia en la atención al cliente  
La Atención al cliente: Misión fundamental de la empresa del SXXI

- Servicio como clave competitiva de la empresa
  - Figura del Prosumer: El consumidor profesional.
  - ¿Qué es la excelencia en el servicio?
  - Personal versus servicio material
  - Abrazar el cambio: La reorganización de la empresa
  - La cadena de valor del servicio
2. El rol del personal directivo al servicio de la estrategia
    - El cambio desde la "cima"
    - Mission /vision/ Valores/Objetivos
    - Diseño de estrategia ganadora.
  3. Escuchar a nuestros usuarios: La clave.
    - La escucha eficaz
    - Barreras a la escucha
    - El manejo de las objeciones: Hacer del error un aprendizaje.
    - El valor de la escucha:
      - Monitorización
      - Dónde y que medir
      - La medida de la fidelidad de nuestros clientes.
      - El benchmarking
  4. Implementando una estrategia de servicio basada en la excelencia:

- “ Empowerment” del equipo
  - Mitos sobre el “empowerment”
  - Implicación de cada miembro del equipo
  - El Cliente “interno”
  - Comprendiendo a “nuestro cliente”
  - Proveedores, socios y aliados.
  - Formación y desarrollo : Alineamiento con las bases
  - Identificación y desarrollo de objetivos.
  - El directivo como formador
  - El secreto de la implementación: Apoyo, apoyo, apoyo
5. La comunicación:
- ¿Comunicamos bien? Aproximación a través de la P.N.L. (Programación Neuro Lingüística) al diagnóstico de nuestra comunicación.
  - Comunicación interna de la empresa
  - Comunicación externa de la empresa: La reputación
  - Diseminando y reforzando el mensaje
6. Motivación 3.0: ¿Palo y la zanahoria?

**DOCENTE :**

**MIGUEL ÁNGEL PERDOMO GUERRA- LICENCIADO EN PSICOLOGÍA POR LA UNIVERSIDAD DE LAGUNA.**

**MÁSTER EN TERAPIA SISTÉMICA BREVE-TITULO DE FORMADOR DE FORMADORES.**

**EXPERTO EN COACHING Y HABILIDADES SOCIALES**

