

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”
 - Misión /visión/ 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**

