



Programa de Contenidos

#Curso

SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

> *Modalidad VIRTUAL*

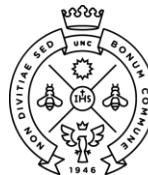
DOCENTES

Lic. Claudia Grimblat: Lic. En Ciencias de la Educación Universidad de Morón, Buenos Aires. Titular de Lic. Grimblat & Asociados Consultora. Asesora de empresas y organizaciones en desarrollo de Capital humano y en áreas de calidad en el servicio al cliente, trabajo en equipo y liderazgo. Consultora de ADEC, y de la Cámara de Industriales metalúrgicos y componentes de Córdoba.

Lic. Gabriel Nicolaievsky: Lic. En Psicología, Universidad de Buenos Aires. En agosto del 2004 funda “Thinking Net Group S.A.” Consultora especializada en el Desarrollo Gerencial y Estratégico de la que es Gerente General. En la actualidad es vicepresidente de la Asociación Chilena de Fund Raising.

OBJETIVOS GENERALES

- Desarrollar mejores prácticas y estrategias de atención a clientes, susceptibles de ser aplicadas a los diferentes ámbitos donde trabajan o interactúan los estudiantes/ participantes en el corto plazo, y / o revisar/ adecuar las prácticas actuales, para brindar un servicio accesible, ágil, cálido y con rostro humano.
- Comprender y mejorar las prácticas que impuso la relación con los clientes, el estado de pandemia.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Valorar la importancia de brindar una atención de calidad al cliente, para el éxito de la empresa u organización, y para su propio desarrollo laboral y personal.
 - Comprender y aplicar principios y herramientas adecuadas de gestión en atención a los clientes en el corto plazo.
 - Entrenarse para brindar un servicio más eficaz y eficiente al cliente.
 - Establecer de manera práctica el nivel de calidad de la atención al cliente a desarrollar en la empresa u organización.
 - Mejorar la productividad y eficiencia de la empresa u organización, brindando un servicio de calidad.
 - Comprender que las situaciones conflictivas y las quejas son oportunidades para realizar cambios y mejoras.
-

CONTENIDOS

MÓDULO I: EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

Unidad 1: Excelencia en el Servicio al Cliente

- ¿Qué es excelencia en el servicio?
- Casos de empresas excelentes. Casos de estudio. Storytelling.
- La experiencia emocional del cliente. El análisis de la experiencia subjetiva.
- La fuerza de la experiencia emocional en la elección y decisión de compra.
- La calidad en la atención al cliente: un asunto de personas y métodos.

Unidad 2: La aproximación al cliente. Un proceso sistemático

- Saber leer al cliente: Diferentes clientes, diferentes expectativas.
- Identificación de las necesidades de los clientes.
- Indagación, comunicación y percepciones mutuas.
- Preguntas sugeridas para generar cordialidad.
- Estableciendo contacto.
- Bienvenida, contacto visual, atención, sensibilidad y empatía.
- Actitud, compromiso e iniciativa. Flexibilidad y cooperación.
- Posturas, actitudes gestuales, disposición, actitud.
- El lenguaje corporal. La comunicación no verbal.

Unidad 3: El contacto telefónico con el cliente

- El sonido de la voz: el "saber decir".
- Saber escuchar al cliente, saber preguntar. Tipos de preguntas. Enviar mensajes claros.
- Estructuras y frases sugeridas para contactos telefónicos.
- El método E. C. O en el uso del teléfono
- La mejor voz (energía, velocidad, tono, calidad)
- Evaluación de la voz (cualidades y defectos).
- Reglas de la conversación telefónica.



- Eficacia y calidad de escucha.
- Las llamadas inoportunas.
- Fórmulas corteses, eficaces y precisas para crear simpatía.
- Cómo tomar mensajes y filtrar llamados. Errores a evitar al dejar mensajes.
- Las llamadas de los contribuyentes descontentos, casos difíciles.
- Cómo terminar una conversación.

MÓDULO II: TRATAMIENTO DE CLIENTES DIFÍCILES. MANEJO DE QUEJAS Y RECLAMOS

Unidad 1: Clientes difíciles

- Clientes difíciles, personas difíciles.
- Caracterización: Personalidades abrasivas, agresivas, y proclives al estrés.
- Estudio de casos. Análisis de videos.
- Dramatizaciones de situaciones vividas.
- Análisis del lenguaje utilizado y sugerencias de qué palabras y usar y cuáles evitar con el cliente difícil.

Unidad 2: Tratamiento de quejas y reclamos

- Los 6 pasos en el manejo eficaz de quejas y reclamos.
- Actitudes evasivas y proactivas.
- Gestión eficaz de las objeciones de los clientes.
- El estrés del personal de contacto. El valor del trabajo en equipo.
- El perfil del usuario de oro: estudio de casos.
- Cómo evaluar la satisfacción del cliente.
- Esfuerzos de lealtad en la organización.
- La queja y el reclamo como una oportunidad.
- Los 5 pilares en la gestión del servicio.

Unidad 3: Comunicación escrita y por correo electrónico con el cliente.

- Técnicas para la redacción de mensajes escritos.
- Foco perceptivo. La planificación del mensaje.
- Cómo captar la atención del lector: fondo y forma.
- Selección y redacción de ideas principales.
- Cómo construir oraciones concisas y sencillas.
- Estudio de casos y prácticas.

Unidad 4: Comunicación escrita con el cliente externo y o interno y / o proveedores

- Seleccionando las palabras adecuadas.
- Herramientas para facilitar la comprensión y la recepción del mensaje.
- Ejercicios de redacción de correos electrónicos eficaces.
- Análisis y estudio de casos.



Unidad 5: ¡Un buen servicio ya no basta!

- Los ejes de un servicio excepcional
 - Excelencia. La experiencia de las empresas con mejores prácticas.
 - Casos de estudio.
 - ¡Cómo darle al cliente servicio con valor agregado?
 - El cliente; ¿Siempre tiene razón?
 - La importancia de la retroalimentación del cliente en la experiencia del servicio.
-

METODOLOGÍA

El curso se desarrollará bajo la modalidad a distancia.

La metodología es lúdica y con ejercicios y juegos especialmente diseñados para facilitar la elaboración por parte de los estudiantes participantes de los contenidos propuestos.

Para los contenidos de cada unidad se desarrollará:

- Una Presentación conceptual: en la cual se desarrollan los temas principales de la unidad.
- Secuencias de la realidad laboral: supone el desarrollo de situaciones de la práctica laboral concreta que permitan visualizar los conceptos desarrollados en el desarrollo del curso.

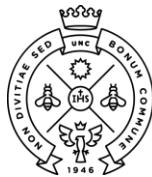
Los estudiantes contaran con dos tipos de actividades:

1) Por Unidad: de autoevaluación, que responden a un formato estructurado, de preguntas de opción múltiple que tienen como propósito permitir al participante detectar progresos y puntos a reforzar en su aprendizaje.

2) Por Unidad: de producción, que requerirán la resolución de casos y/o ejercicios donde se deberán aplicar los conocimientos adquiridos. Se pretende consolidar el aprendizaje de los contenidos del programa mediante la resolución de consignas en clave práctica vinculadas a la temática de atención a clientes en su Ambos tipos de actividades permitirán reconocer el proceso de aprendizaje que hace cada estudiante por tanto serán fundamentales para su seguimiento y evaluación final.

CERTIFICACIÓN

Se otorgarán certificados de aprobación si el/la participante aprueba el trabajo final integrador propuesto por el equipo docente



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS

SE
Secretaría de
Extensión



Universidad
Nacional
de Córdoba

CONSULTAS E INSCRIPCIONES:

Secretaría de Extensión | Facultad de Ciencias Económicas | UNC

cursos@eco.uncor.edu

SEGUINOS EN:



ExtensionEconomicasUNC @SecExtensionFCE



extensionfceunc