

## “ATENCIÓN Y SERVICIO A CLIENTES”

*¡Todos somos responsables de realizar acciones de atención y servicio a clientes, aprovechando los momentos de verdad, con iniciativa, proactividad y creatividad! ¡Los términos servicio, calidad y atención se han mal usado y se han convertido en solo buenos slogans! ¡Conozca como puede desarrollar y tangibilizar beneficios concretos que superen las expectativas de sus clientes externos e internos!*



### **DIRIGIDO A:**

Todo el personal de la empresa.

### **INTENCIÓN EDUCATIVA:**

Proporcionar una visión integral y actual de lo que implica la Atención y Servicio al Cliente, a través de sensibilizar a los participantes sobre la importancia que tiene para la empresa el realizar acciones que permitan igualar y superar las expectativas de los clientes

### **BENEFICIOS PARA LOS PARTICIPANTES:**

- ❖ Conocer diferencia entre atención y servicio
- ❖ Determinar las expectativas de los clientes internos e identificar los momentos de verdad
- ❖ Desarrollar acciones concretas y de impacto con los clientes internos
- ❖ Generar una cultura de atención y servicio al cliente
- ❖ Saber manejar quejas y clientes molestos
- ❖ Sensibilizar a los participantes sobre la importancia de tener clientes internos satisfechos y de vincular la labor de venta con el servicio

### **CONTENIDO ESQUEMÁTICO:**

#### **1) La satisfacción del cliente la prioridad en una cultura de orientación al cliente**

- Efectos de tener clientes internos satisfechos
- Cultura de orientación al cliente; que es y que implica en una filosofía empresarial
- Trabajo en equipo y orientación al cliente de toda la empresa y de todos los que forman la organización; todos somos y damos servicio en una organización
- Clientes internos y externos, como base de la cultura de servicio al cliente
- Atención y servicio al cliente y como se hace sinergia

## **2) Que implica la atención al cliente**

- *Que es la atención y como desarrollarla*
- *La atención es una actitud y es comunicación verbal y no verbal*
- *Que si decir; frases que generen dialogo y apertura*
- *Que no decir; evitar frases y expresiones que no generan dialogo*
- *Aspectos clave de la negociación con clientes, saber escuchar y saber comunicar; contacto visual y verbal.*

## **3) Identificando al cliente y sus expectativas**

- *Quien es el cliente*
- *Identificando sus expectativas*
- *Identificando los momentos de verdad*
- *Que quiere el cliente; determinando de manera especifica lo que quiere:*
  - ☛ *Medible y cuantificable*
  - ☛ *Rapidez, Comodidad, Información, etc.*
  - ☛ *Otras expectativas complementarias que si bien no son sus expectativas, si reconoce como valores adicionales*

## **4) Cumpliendo compromisos y acciones para superar expectativas de los clientes**

- *Estrategias y Acciones para superar expectativas; que se esta haciendo*
- *Sesión de ideas para mejorar el servicio a cliente*
- *Programa de acciones clave a desarrollar; factibles y viables, aunque sean mínimas*
- *No solo cubrir, sino superar las expectativas, que implica y como desarrollarlas*
- *Sistema de medición del servicio al cliente; indicadores de servicio*

## **5) Manejo clientes difíciles y molestos**

- *Problemas de servicio; relación de las principales causas que afectan a la organización*
- *Detectando causas, no solo síntomas*
- *Manejo del clientes internos difíciles: Contacto con el cliente molesto, actitud y empatía*
- *Aceptar y escuchar, escuchar, escuchar....; que le impacta mas al cliente*
- *Compromisos y acciones inmediatas*

### **Sesión con prácticas**

**DURACIÓN DEL CURSO:** 16 horas