

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial/On-line

ÁREA: Estrategia

OBJETIVOS

- » Conocer las técnicas y habilidades de fidelización, que favorezcan la generación de una relación a largo plazo con el cliente.
- » Fomentar la iniciativa de calidad de servicio que impulse la satisfacción final del cliente mediante planes de acción individuales.
- » Aportar pautas y técnicas que mejoren el tratamiento a los clientes (tanto de identificación de oportunidades como relativas a atención y calidad de servicio).

PROGRAMA - FASES

- » ¿Qué es un cliente?
- » Tendencias: ¿Por qué la orientación al cliente?
- » La orientación al cliente.
- » El cliente interno.
- » El cliente externo.
- » Satisfactores por procesos y por personas.
- » Enfoques de relación con el cliente.
- » Actitudes positivas con el cliente.
- » La comunicación orientada al cliente.
- » La efectividad comercial.
- » La calidad del servicio al cliente.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

ON LINE:

- » Aula Virtual ESIC.
- » Documentación adaptada HTML.
- » Prework + postwork.
- » Recursos audiovisuales (soporte lighthboard).
- » Foros de debate / Social Media.
- » Webinars / tutorías.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a cualquier persona que trabaje en una empresa para sensibilizarle de la importancia estratégica que tiene el cliente tanto interno como externo, analizando la repercusión de los comportamientos, acciones y contactos como elemento transmisor de calidad y reconocer su responsabilidad para alcanzar la excelencia en la orientación al cliente de la empresa.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*