



Secretaría de Capacitación

Seminario Calidad en el Servicio y Atención al Cliente. Programa

¿Qué es el servicio?. El servicio en el ámbito comercial se estudia en forma sistemática, ya que el mismo se puede desagregar en comportamientos como: la intangibilidad, la simultaneidad, la heterogeneidad, la pérdida de sentido de propiedad, la imposibilidad de "almacenar" el tiempo y la inseparabilidad del prestador del servicio del servicio mismo; ya que éste forma parte del mismo al prestarlo.

Todas estas implicancias dan lugar a una idea más cabal y objetiva con aplicaciones y precauciones prácticas para entender lo que significa un servicio. En cuanto a la atención, no es un sinónimo de servicio, la atención está incluida en el servicio y técnicamente se define como atención al momento en el cual se interrelaciona, ya sea para vender institucionalidad, vender un producto o servicio, resolver un reclamo, una queja o para dar información. El cliente es la parte que activa el servicio y la atención, es el objeto y por tanto objetivo de todo al aparato de servicio y atención.

Objetivos

En cuanto a la información, el objetivo es que los participantes puedan tener claros los conceptos de servicio, atención, calidad, cliente y la vinculación de estos conceptos en un proceso ordenado.

Respecto a lo comportamental, si bien no se pretende lograr "cambios" a este nivel en un seminario, sí es posible que los participantes detecten sus puntos débiles respecto al servicio (organizacional) y atención (personal).

- Profesionalizar al personal de los comercios mediante parámetros estandarizados en la organización y gestión del servicio al cliente.
- Definir estilos de atención para los diferentes tipos de clientes de acuerdo a la experiencia de cada participante.
- Enfatizar la importancia del proceso de servicio, para el desarrollo de la

empresa, potenciando las actividades de atención al cliente mediante habilidades de comunicación y negociación para resolver conflictos.

- Definir el vocabulario y estilo requerido para dar la mejor imagen de empresa, realzar proyecciones y reactivar clientes mediante acciones de fidelización.

Duración: 8 horas.

Metodología

El seminario tiene un formato equilibrado para que los conceptos aprendidos se hagan visibles con ejemplos, debates y talleres de trabajo. Se trabaja mediante exposiciones con soportes visuales en "power point", con el uso de rotafolios o pizarra para todo lo conceptual. Para los talleres se trabaja con una batería de opciones desde consignas de trabajo grupales, juegos, conclusiones de videos, etcétera.

Temario

Calidad. ¿Qué es calidad? Modelos de calidad en el marco empresarial PYME. Calidad empresarial e institucional. Consecuencias de la "no calidad". Elementos clave para un buen servicio al cliente.

Diferencia entre servicio y atención. Características del servicio. Intangibilidad simultaneidad, percibibilidad, inseparabilidad. Estrategias relacionadas a estas variables.

Comportamiento de clientes satisfechos y no satisfechos. Atención al cliente dentro del marketing de servicios. Procedimientos para una correcta atención al público.

Pautas para la interacción con el cliente. Cómo escuchar y cómo hacer preguntas. Actitudes personales en la atención de los clientes, cuidado del lenguaje.

La calidad de atención como soporte a la imagen institucional.
La atención como base de la venta. La atención en quejas y reclamos.