

<i>Duración</i>	08 horas <i>cronológicas</i>	<h2>Descripción</h2> <p>Esta capacitación fue desarrollada con la finalidad de poder reforzar las competencias de los participantes, con el objetivo de mejorar el feedback con los clientes; permitiendo de esta manera el ofrecimiento de un servicio de excelencia y la mantención de los clientes, sean estos internos o externos.</p>
<i>Código Sence</i>	1237972026	
<i>Modalidad</i>	Presencial	

Dirigido a:

Este curso está orientado a supervisores, vendedores, secretarías, recepcionistas, administrativos y todas aquellas personas que están orientadas a la satisfacción total del cliente.

Requisitos previos:

Manejo básico de administración.

Objetivo general:

Al finalizar el curso, los participantes habrán aumentado sus competencias, de modo de posibilitar un servicio de excelencia y una atención calidad al cliente, sean estos internos o externos, de forma de cumplir plenamente con los estándares establecidos por su empresa.

Objetivos específicos y contenidos:

- 1. Introducir a los participantes en la importancia del Servicio Telefónico, el rol del Call Center y las acciones necesarias para el éxito de sus funciones.**
 - 1.1. Las funciones del Call Center en el día de hoy
 - 1.1.1. Humanizar el contacto cliente/empresa
 - 1.1.2. Proporcionar información
 - 1.1.3. Resolver dudas
 - 1.1.4. Recibir quejas
 - 1.1.5. Fidelizar al usuario/cliente
 - 1.2. Roles del Operador Telefónico
 - 1.2.1. Representante
 - 1.2.2. Experto
 - 1.2.3. Comunicador
 - 1.2.4. Administrador de la Información

- 2. Identificar las expectativas del usuario/cliente y como satisfacer sus expectativas en función a los recursos y procedimientos corporativos.**
 - 2.1. Las Expectativas
 - 2.2. Las expectativas y la calidad en la atención al usuario/cliente

- 2.3. Tipos de expectativas
- 2.4. El fondo es al contenido de la respuesta esperada como
- 2.5. El fondo es a la forma de responderle.
- 2.6. Cómo dar las malas noticias al usuario/cliente
- 2.7. El Protocolo de una Buena Atención Telefónica.

3. Reconocer y aplicar estrategias de acción en base a los distintos tipos de usuarios/clientes y sus conductas.

- 3.1. Diferencia entre usuario y cliente
- 3.2. El Cliente Práctico y la estrategia de atención.
- 3.3. El Cliente Impulsivo y la estrategia de atención.
- 3.4. El Cliente Economicista y la estrategia de atención.
- 3.5. El Cliente Marquero y la estrategia de atención.
- 3.6. El Cliente Leal y la estrategia de atención.
- 3.7. El Cliente Neganconsumidor y la estrategia de atención.

4. Determinar cómo proceder ante distintas situaciones con el objeto de satisfacer las expectativas del Usuario/cliente.

- 4.1. La conducta Exigente y cómo tratar con ella.
- 4.2. La conducta Consultiva y cómo tratar con ella.
- 4.3. La conducta Escéptica y cómo tratar con ella.
- 4.4. La conducta Insegura y cómo tratar con ella.
- 4.5. La conducta Agresiva y cómo tratar con ella.

Metodología:

Clases presenciales, expositivas y participativas, desarrolladas mediante un sistema interactivo y dinámico con relación a cada unidad o módulo de trabajo, con apoyo de pautas de cotejo, ejercicios prácticos individuales y grupales en cada unidad de contenido, análisis de casos, usos de apuntes relativos a los temas del curso y trabajo en grupo.

Evaluación:

La Evaluación será mediante una prueba final escrita, donde se deberán resolver cinco ejercicios en base a análisis de casos vistos en clase, con un ponderado de 20% cada uno. Este proceso durará una hora, siendo el porcentaje mínimo de aprobación un 80%.

Requisitos de aprobación

Los alumnos aprobarán el curso con nota promedio igual o superior a 4.0 y una asistencia mínima equivalente al 75% de las clases.

Qualitymas organismo de capacitación se reserva el derecho de suspender o aplazar las fechas de sus cursos al no contar con el quórum mínimo. Ante esta situación se dará aviso de dichos cambios sólo a los alumnos inscritos.