

Curso

Gerencia Estratégica del Servicio y Experiencia del Cliente

Desarrollar en el participante destrezas en la gestión de conocimiento, relativas al servicio al cliente, el marketing del servicio y la identificación de los factores fundamentales en la prestación del servicio por los que el consumidor califica positiva o negativamente la atención que recibe.

Dirigido

Profesionales, Gerentes, jefes, coordinadores, supervisores, empresarios y emprendedores relacionados con el área del servicio al cliente, mercadeo, ventas, comunicación, centro de atención telefónica, centros de experiencia, responsabilidad manejo CRM, líderes de proyectos.

Personas encargadas de la gestión del servicio al cliente en las empresas, quienes determinen, asignen recursos y respondan a la solución efectiva de las necesidades del cliente, que tengan impacto de cara a los clientes y gestionen equipos de atención directa.

Logros de aprendizaje



Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

- Implementará prácticas que propicien una comunicación efectiva con clientes externos e internos en todos los niveles corporativos consolidando la estrategia de servicio corporativo y una cultura reconocida por su calidad, asertividad, eficiencia y eficacia.
- Desplegará Conocimientos y capacidades técnicas para brindar soluciones creativas en la gestión de productos y servicios.
- Desarrollará la habilidad de percibir las necesidades, expectativas y comportamiento de los clientes.

Datos generales



Inicio
20 de marzo



Duración
9 semanas



Horario
Lunes y miércoles
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.



Modalidad Online
Clases sincrónicas



Inversión
Precio Regular S/3,000
Promoción (30% dscto.): S/2,100

(*) Promoción con cupos limitados.
Requisitos técnicos mínimos y recomendados:
Conexión Internet Casa: Mínimo: 15 Mbps.
Recomendable >= 30 Mbps
Conexión internet móvil: 3G como mínimo.

Certificación

Certificado emitido por el Programa de Extensión Universitaria de la Universidad Le Cordon Bleu

Plan de estudios

Módulo 1 Fundamentos del servicio al cliente como experiencia

- Rol de la Gerencia del Servicio
- Conceptos básicos del Servicio
- Elementos diferenciadores en el Servicio
- ¿Qué es Experiencia del Cliente?
- ¿Qué es la Experiencia del Usuario?
- El servicio como eslabón en la cadena de valor
- Entender las Necesidades de los Clientes
- La nueva orientación hacia el cliente
- Herramientas neurocientíficas y biométricas que permiten el análisis de la percepción de la toma de decisiones del cliente

Módulo 3 Relacionamiento con el cliente

- Marketing Offline Y Online basado en herramientas tecnológicas
- Canales de atención tradicionales y nuevas tendencias
- Multicanalidad - Omnicanalidad
- Gestión de Social Media Manager
- Adquisición de clientes y prospectos
- Retención, Fidelización de clientes y Reactivación de clientes
- Desarrollo de estrategias de Contacto

Módulo 5 Marketing de servicios

- Mercadeo de Servicios y su aplicación
- Necesidades, percepciones y expectativas del cliente
- Comportamientos de los consumidores
- Conocimiento y segmentación de clientes
- Investigación de Mercados vs investigación de neuromarketing
- Herramientas de marketing tradicionales y nuevas tendencias
- Creatividad y Oportunidad en el Servicio

Módulo 7 Indicadores de servicio

- ¿Por qué medir la satisfacción de los clientes?
- Tablero de comando estratégico.
- ¿Qué medir?: Modelos tradicionales para la evaluación de los servicios.
- Indicadores actuales para la medición de la satisfacción
- Indicadores como, Tasa de abandono, Cadena de puntos de servicio, Indicador de esfuerzo de cliente, indicador de experiencia del cliente

Módulo 9 Empresas líderes y referentes del servicio

- Casos Exitosos y referentes del servicio en el mundo

Módulo 2 Herramientas claves para desarrollar el servicio

- Mapa del Viaje del Cliente construcción del mapa basado en experiencias de servicio
- Diagrama de visualización de las relaciones entre los diferentes servicios y componentes de un negocio)
- CRM (Gestión de las relaciones con el cliente)
- Comunicación persuasiva
- Realimentación efectiva
- Generación de confianza
- Identificación de necesidades y soluciones
- Negociación práctica

Módulo 4 Marketing Interno

- Introducción al Endomarketing
- Análisis de los procesos para la prestación de servicio
- De Recurso Humano a Cliente Interno
- Beneficios del mercadeo interno en la gestión de personas.
- Sentido de pertenencia vs compromiso
- Enamoramiento del cliente interno
- Branding interno

Módulo 6 Planeación Estratégica en función del cliente

- Oferta de Valor
- Planeación Estratégica del servicio
- De la estructura funcional a la estructura por procesos
- Acuerdos de Niveles de Servicio
- Análisis de resultados y planes de acción
- Prevención de riesgos
- Planes de contingencia ante fallas
- La Centricidad en el Cliente - Customer Centric
- Estrategia Customer Experience CEM

Módulo 8 Dimensión humana en el servicio

- Características, competencias y perfil de la gente de servicio del servicio
- Liderazgo hacia el servicio interno al externo
- El Servicio Inspirador
- Aseguramiento de la calidad humana
- Comunicación efectiva y asertiva hacia el cliente
- Inteligencia emocional aplicada al servicio
- Gestión de la actitud de Clientes Difíciles
- Manejo Estratégico de Clientes Difíciles
- Mercadeo relacional
- Brechas del Servicio

Nota Importante

- La Universidad Le Cordon Bleu Perú se reserva el derecho de reprogramar o cancelar los cursos que no cuenten con el número mínimo de inscritos establecidos por la institución.
- Se reserva el derecho de modificar la plana docente de acuerdo a disponibilidad o cambios en el programa.
- Los trámites de retiro o cambio sólo se realizan hasta 10 días antes del inicio de clases. Caso contrario deberá asumir la penalización correspondiente. El pago realizado no está sujeto a devolución ni transferencia, el retiro no modifica el monto comprometido a pagar. El retiro es sólo académico y no económico.