



Gestión y Conducta con los clientes

Objetivos

Hacer nuevos clientes, mantener duraderas relaciones comerciales y maximizarlos. Conocer los motivos más frecuentes de queja y satisfacción de los clientes; cómo comportarse frente a las quejas/advertencias de los clientes; detectar las dimensiones de la calidad del servicio

Dirigido a

Todos aquellos que en la empresa tienen contactos con los clientes (Ventas, Marketing, Gestión de cobros, Servicios técnicos, Atención al cliente, etc.)

Contenidos

- Definir nuestro propio negocio
- La pirámide de clientes: catalogar a los más rentables
- Un modelo de gestión de relación con el cliente
- Satisfacción del cliente
- Las cinco dimensiones de la calidad del servicio
- Las causas más frecuentes de insatisfacción con el servicio y atención al cliente
- El comportamiento frente a quejas/advertencias de los clientes
- La estrategia del marketing del cliente: hacer nuevos clientes, cada vez más rentables y mantenerlos fieles
- Entrevistas con clientes: descubriendo problemas, necesidades, aumentando ingresos.
- Equipos de clientes: todos coordinados atendiendo al cliente
- Planificación de clientes
- Implicando a toda la compañía en la atención al cliente

Metodología

Ejercicios prácticos, juegos de papel, experimentar con casos reales (propios y ajenos), transmisión de información (audiovisual), análisis en grupos y coloquios en plenario

Duración

24 horas (3 días de 8 horas o 4 días de 6 horas)