

# TÉCNICAS DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN INTEGRAL DE CLIENTES

Es preciso conocer el perfil y las necesidades de nuestros usuarios, de tal modo de poder brindarles un servicio adecuado que fidelice la relación cliente-proveedor.

## OBJETIVO DE APRENDIZAJE

Aplicar técnicas estratégicas para entregar un servicio eficiente al cliente o usuario.

## DIRIGIDO A

Administrativos, secretarías o personal con cargos de contacto permanente con clientes, usuarios y público en general.

## REQUISITOS DE INGRESO

Conocimientos básicos de atención a clientes.

## RESULTADO DE APRENDIZAJE - CONTENIDOS

### 1. Identificar los conceptos clave del servicio al cliente.

- 1.1. El servicio al cliente en Chile.
  - 1.1.1. Análisis de la situación actual respecto al servicio al cliente en Chile.
  - 1.1.2. Cultura y evolución del servicio en Chile.
  - 1.1.3. Conceptos y estrategias de servicio al cliente.
  - 1.1.4. Principios básicos del servicio.
  - 1.1.5. Satisfacción vs. experiencia.
  - 1.1.6. Definición y componentes del modelo de servicio al cliente.
  - 1.1.7. Clasificación de los clientes.
  - 1.1.8. Características de los servicios.
  - 1.1.9. Modelo cliente-proveedor: la cadena de servicio.
  - 1.1.10. Plan de relacionamiento con el cliente.

### 2. Definir las principales características de los clientes o usuarios.

- 2.1. Cliente o usuario.
  - 2.1.1. El cliente como foco de atención.
  - 2.1.2. Caracterización del cliente: interno vs. externo.
  - 2.1.3. Diferencia entre un consumidor y comprador.
  - 2.1.4. Clientes satisfechos e insatisfechos.
  - 2.1.5. Detección de necesidades y expectativas de servicio.
  - 2.1.6. Fidelización vs. retención.

### 3. Usar las técnicas de la atención a clientes.

- 3.1. Técnicas de atención al cliente.
  - 3.1.1. Técnicas y conductas de atención al cliente.
  - 3.1.2. Ciclo: la entrega del servicio.
  - 3.1.3. Modelos de comunicación eficiente.
  - 3.1.4. El valor del cliente.

### 4. Usar las técnicas de la atención telefónica.

- 4.1. Atención telefónica de clientes.
  - 4.1.1. El servicio telefónico.
  - 4.1.2. Marketing de servicios.
  - 4.1.3. El servicio de recepción de llamadas.
  - 4.1.4. Los aspectos paraverbales de la comunicación telefónica.

### 5. Identificar las normas del comportamiento de servicio.

- 5.1. Normas básicas de comportamiento para el servicio.
  - 5.1.1. Credibilidad en la relación con los clientes.
  - 5.1.2. Cumplimiento de los compromisos en la promesa de servicio.
  - 5.1.3. Normas de comportamiento de servicio.

### 6. Utilizar estrategias de manejo de clientes.

- 6.1. Manejo de clientes difíciles.
  - 6.1.1. Atención de reclamos y objeciones.
  - 6.1.2. Técnicas específicas de tratamiento de quejas, objeciones y reclamo.

## METODOLOGÍA

Los aspectos teóricos se desarrollarán en 6 horas: contempla el análisis de la situación actual, presentación de modelos de servicio al cliente, presentación e instrucciones de aplicaciones técnicas y herramientas de servicio orientadas a la realidad y necesidad de los participantes del curso. En estas 6 horas se contempla la entrega de respuestas directas a las consultas de los asistentes apoyado con presentaciones PowerPoint y cortos audiovisuales. Los aspectos prácticos se desarrollarán en 10 horas: contempla fundamentalmente la aplicación de técnicas, herramientas y modelos entregados en el curso para el fortalecimiento e internalización de lo aprendido y el desarrollo de las competencias que se buscan potenciar con esta actividad según los objetivos planteados. En estas 10 horas de prácticas los asistentes realizarán actividades en equipo distribuidos en número según las características del grupo curso, trabajos individuales de vocalización y técnicas de paralenguaje aplicado a la atención telefónica principalmente. Juegos de roles para identificar y caracterizar los distintos tipos de clientes y ejercicios de comunicación y expresión corporal para fortalecer la comunicación efectiva y el manejo de situaciones difíciles con clientes externos e internos.

## EVALUACIÓN

Los alumnos serán evaluados a través de una prueba de selección múltiple, correspondiente al 40% de la nota y a una segunda parte correspondiente a una evaluación de una exposición grupal, correspondiente al 60%.

## JEFE DE PROGRAMA

### JORGE HERRERA MÉNDEZ

Ingeniero comercial, licenciado en Ciencias de la Administración, Universidad de Santiago de Chile. Director de Capacitación y Desarrollo UC. Dirección de Continua de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

## EQUIPO DOCENTE\*

### ELIZABETH PLAZA

Psicóloga, Universidad Central. Postítulo de Psicoterapia de Pareja, Ikastola. Doctoranda de Administración de Empresas, Universidad Politécnica de Cataluña – UTEM. Magíster en Administración, Universidad Tecnológica Metropolitana. Profesora del Programa PROCADÉ, Unidad de Capacitación y Desarrollo UC.

\*El curso será dictado por uno de los profesores descritos en “Equipo Docente” que será designado por la unidad.

## INFORMACIÓN GENERAL

Duración: 16 horas cronológicas.

Código Sence: 12-37-9363-06.

### MODALIDAD

Presencial.

### PROCESO DE ADMISIÓN

Las personas interesadas deberán completar la ficha de inscripción que se encuentra en el sitio web de Capacitación y Desarrollo UC ([www.capacitacion.uc.cl](http://www.capacitacion.uc.cl)).

### VACANTES

Mínimo 15 alumnos y máximo dependiendo de la sala que esté asignada.

El Programa se reserva el derecho de suspender la realización del curso si no

cuenta con el mínimo de alumnos requeridos. En tal caso se devuelve a los alumnos matriculados la totalidad del dinero en un plazo aproximado de 10 días hábiles.

A las personas matriculadas que se retiren de la actividad antes de la fecha de inicio, se les devolverá el total pagado menos el 10% del total del arancel.

### REQUISITOS DE APROBACIÓN

El alumno aprobará al obtener como promedio de nota igual o superior a 4,0 y asistencia mínima de 75%.