

Atención directa y telefónica al cliente



Atención directa y telefónica al cliente

Detalle del Curso

Modalidad: Online

Tipo: Curso

Valor pesos: 225.000

Valor Dolar desde opciones: 337

Horario: Se recomienda 1 hora de dedicación diaria

Duración: 30 Horas

Jefe de Programa: Luz Montero Ossandón

Descripción

El cliente es el elemento central y el fin último de toda empresa. La satisfacción de sus necesidades no sólo se basa en la adquisición de un producto o servicio, sino en el valor añadido que éste pueda tener. Por ese motivo, una de las herramientas más eficaces y usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar una ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente. La orientación al cliente debe tenerse en cuenta a lo largo de todo el proceso de generación de un producto o servicio pero, en este caso, nos referiremos exclusivamente a la atención de público por parte del personal encargado para ello. Esta función es de suma importancia ya que es ahí donde primero se pone en juego el prestigio, la solvencia, la imagen y la permanencia de la empresa, con los consiguientes beneficios para los colaboradores. Este curso pretende capacitar a aquellas personas que atienden clientes de una empresa, para que puedan responder a las necesidades y expectativas de éstos, teniendo como base los conceptos sobre quién es el cliente, la importancia del servicio a entregar, los diferentes tipos de clientes que existen, cómo recuperar a clientes insatisfechos, los aspectos generales respecto a la atención telefónica de clientes a través del conocimiento de la importancia del proceso de comunicación y, al mismo tiempo, agregar valor a la cadena de servicio de la propia empresa. El formato online se selecciona como una solución que permite construir aprendizajes a partir de los aportes de los participantes, entregando flexibilidad a sus horarios de estudio y abriendo la posibilidad de abarcar distintas realidades y experiencias con completa cobertura nacional. Los participantes podrán interactuar a través de foros de discusión aplicados a las temáticas del curso incorporando sus distintas aproximaciones y su diversidad de experiencias enriqueciendo la reflexión y la apropiación de los conceptos claves de estas temáticas.

Módulos

Módulo 1 - Conociendo al cliente

Objetivo Específico

- Al finalizar este módulo los/las participantes debieran ser capaces de distinguir los distintos tipos de clientes que existen, tanto internos como externos y reconocer la importancia de la satisfacción del cliente como valor añadido de la entrega del producto o servicio.

Contenidos

- ¿Quién es el cliente?
- Cadena de valor.
- Cliente externo y cliente interno.
- Tipos de clientes
- La satisfacción del cliente.

Módulo 2 - Servicio al cliente

Objetivo Específico

- Al finalizar este módulo los/las participantes debieran ser capaces de identificar los conceptos clave implicados en la excelencia en el servicio, en particular los factores comunicacionales y las destrezas interpersonales.

Contenidos

- Un compromiso de servicio.
- Servicio de calidad al cliente.
- Ciclo de servicio y momentos de verdad.
- Fases de la atención al cliente.
- Aspectos comunicacionales del servicio.
- La comunicación.
- Actitud de servicio.

Módulo 3 - Atención telefónica a clientes

Objetivo Específico

- Al finalizar este módulo los/las participantes debieran ser capaces

Contenidos

- Aspectos generales de la atención telefónica.
- La escucha activa y el manejo de la voz.

de aplicar algunos protocolos y habilidades que se requieren para una atención telefónica de calidad.

- El ciclo del servicio telefónico.

Módulo 4 - Habilidades para una atención de calidad

Objetivo Específico

- Al finalizar este módulo los/las participantes debieran ser capaces de aplicar algunas habilidades que se requieren para entregar un servicio de calidad en contexto normales y también en la atención de pacientes con problemas.

Contenidos

- Habilidades para la Atención a Clientes.
- Atención a Clientes con Problemas.
- La Recuperación del Servicio.
- Manejo del Reclamo de un Cliente.
- Forma de Aproximarse según tipología de clientes

Equipo Docente

Jefe de Programa

Luz Montero Ossandón

Directora UC online. Académico Facultad de Medicina, Post título en Medicina Familiar, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Profesor

Max Grekin

Profesor auxiliar de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile Diploma ECLA Entrepreneurship and Competitiveness in Latin America, Universidad de Columbia EE.UU Diploma Endeavor Leadership Program Universidad Stanford EE.UU

Metodología y Certificación

- El curso es 100% online y utiliza metodología basada en el constructivismo, en donde el alumno es el actor principal de su propio aprendizaje.
- Los alumnos que cumplan las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Admisión y Matrículas

Proceso de Matrícula

- Valor pesos: 225.000
- Valor Dolar desde opciones: 337

MODO DE PAGO

- Web Pay Tarjeta de Crédito
- Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

Este Programa requiere un número mínimo de matriculados para dictarse y puede sufrir cambios tanto en la programación como en el cuerpo docente, por razones de fuerza mayor.

Requisitos de Aprobación

Para la aprobación del curso, el alumno debe haber obtenido al menos la calificación mínima (4.0) en cada una de las actividades evaluadas.

Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Nota: Las personas que no cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.

Beneficios Disponibles

- 75% Beca afiliados Caja Los Andes.
- 80% Beca pensionado Caja Los Andes.
- 50% Beca alumnos extranjeros.
- 15% Descuento ex alumnos UC, funcionarios UC, profesionales de servicios públicos.
- 10% Descuento grupo de tres o más personas de una misma institución, funcionarios empresas en convenio, ex-alumnos-alumnos DUOC UC.
- 5% Descuento estudiantes de postgrado otras universidades.

Descuentos no acumulables, y válidos sólo al momento de la matrícula.

