

COM TENIR CLIENTS CONTENTS DE VERITAT

OBJECTIUS

- Conscienciar de la importància d'un bon servei al client per part de les organitzacions i conèixer els elements que des d'un vessant empresarial s'han de tenir en compte.
- Conscienciar del valor del tracte humà i de qualitat en situacions de màxima tensió.
- Aprendre a controlar l'agressivitat, a tenir autocontrol i mantenir la calma.
- Valorar la importància del tracte humà.
- Fomentar el bon clima laboral a partir d'una bona comunicació interna i externa.
- Conèixer les claus per a un bon servei al client.

CONTINGUTS

Sessió 1

• Objectius:

- Conscienciar dels canvis de la societat-mercat i, per tant, de les repercussions que aquests provoquen en els hàbits dels clients.

• Continguts:

- El servei al client en l'actualitat. Claus per entendre que el servei d'atenció al client no és un sistema operatiu de l'empresa, sinó un valor afegit estratègic.
- Entendre la societat-mercat. El mercat i la societat són el mateix. Per tant, el que passa a la societat té conseqüències en el mercat i viceversa.
- Conseqüències de la societat-mercat en el client. Per comprendre el que volen els clients s'ha de comprendre la seva vida quotidiana.

Sessió 2

• Objectius:

- Que els participants assumeixin que els canvis de la societat-mercat afecten els hàbits de compra dels clients.

• Continguts:

- Les grans demandes dels clients. El client d'avui fa quatre grans demandes. Són els seus punts de connexió amb l'empresa.
- La resposta de les empreses. Els canvis en el simbolisme vital demanen un canvi en les estructures organitzatives, les habilitats i les relacions.
- Gestionar des de la utilitat. La utilitat es converteix en el punt clau de l'estratègia empresarial.

Sessió 3

• Objectius:

- Lliurar als participants les 10 claus per a la correcta atenció al client i lliurar un sistema que sigui capaç d'avaluar la satisfacció del client a les empreses.

• Continguts:

- Les 10 claus del servei al client. El servei al client basa el seu èxit en deu premisses bàsiques.
- Gestionar des de l'autocompetència. Les empreses necessiten personal motivat per gestionar el servei al client.
- Diagnosticar el servei al client. Basant-se en les renúncies del client pot saber-se l'estratègia futura de l'empresa.
- Reptes pel servei al client del segle XXI. El servei al client donarà pas a l'economia de l'atenció.

NOMBRE DE PARTICIPANTS 15

PERFIL DELS PARTICIPANTS Personal directiu, comandaments intermedis, responsables de vendes i tot el personal de contacte amb el client intern i extern de les organitzacions.

DURADA TOTAL (HORES) 12 (3 sessions. 4 hores per sessió)

CONSULTORA IAC Comunicació, SL

EXPERTS Joan Elias