

Objetivo del entrenamiento

La atención al cliente suele ser la primera y última interacción que tiene el cliente con la empresa, lo que la convierte en la carta de presentación de la empresa; un mal servicio al cliente puede lograr que el mejor producto pierda audiencia. El objetivo de este entrenamiento es capacitar a los asesores de atención a clientes para comprender las necesidades del cliente de forma rápida y brindarles el apoyo que buscan, logrando la satisfacción de este y como resultado, la fidelización del cliente hacia la empresa.

El curso va dirigido a:

Asesores de servicio al cliente.

Coordinadores y supervisores de servicio al cliente.

Gerentes y directores comerciales.

Duración.

6 horas. Curso 50% práctico.

Temario

- Conceptos generales del servicio y atención al cliente.
- Cualidades del asesor de servicio al cliente
- Conoce tu producto
- Modelo DISC: Identificar la personalidad del cliente.
- Diálogo de valor para servicio al cliente
- Identificar y solucionar las necesidades del cliente.
- El arte de hacer preguntas
- ¿El cliente siempre tiene la razón?
- Servicio post-venta.
- ¿Cómo evaluar la satisfacción del cliente?
- Manejo de quejas y reclamaciones.
- Fidelización del cliente.
- Ejercicios prácticos: ROLE PLAY



Dinámica del curso

Durante el curso analizamos las características primordiales de un buen asesor de atención al cliente, hablamos de la importancia de una imagen, tono de voz y actitud, pero además tratamos la importancia de conocer a fondo tu producto; posteriormente volteamos hacia el cliente y nos basamos en el modelo DISC para comprender las 4 personalidades principales de las personas, cómo identificarlas y adaptarnos a cada una, de manera que nuestra comunicación sea efectiva. Durante el taller, analizamos y generamos el diálogo o guion básico para conectar con el cliente y cómo adaptarlo en cada situación. Una vez que identificas la personalidad del cliente y haciendo las preguntas correctas, será sencillo entender sus necesidades y darles solución. Dar malas noticias, el manejo de quejas o decir que no, también es parte del trabajo, pero es necesario saber cómo hacerlo para no afectar la relación con el cliente. Por último, el ciclo de venta no concluye con la compra el producto, para lograr la fidelización del cliente, es decir, que vuelva a comprar varias veces más y permanecer en su preferencia sin importar la competencia, es importante brindar un buen servicio post-venta y saber cómo evaluar su satisfacción para tomar acciones correctivas.

MATERIAL DIDÁCTICO

El curso es impartido con el apoyo de una presentación proyectada y videos.

Como entregables, los participantes tendrán un manual del curso y las instrucciones para los ejercicios prácticos.