CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE INTERNO.

¡Es un programa revelador que despierta la consciencia del personal, pero sobre todo los invita a actuar de inmediato.!

Recomendado para el personal de todas las áreas de la organización (sistemas, almacén, distribución, mantenimiento, compras, recursos humanos, producción, finanzas, operaciones, contabilidad, etc.), que aunque no tienen contacto directo con el cliente externo, su desempeño (con el cliente interno) puede ayudar o afectar el esfuerzo por satisfacer al cliente real.

¿Sabía que nuestra investigación arroja que el mal servicio interno, disminuye la productividad de las empresas???

Objetivo General: Identificar y aplicar las acciones necesarias para mejorar la calidad del servicio al cliente INTERNO y así aumentar la productividad de la organización.

PUNTOS CLAVE QUE APRENDERA:

1.- Los 7 pasos clave del servicio interno.

2.- Las 3 acciones que aumentan la percepción del cliente interno en tan solo 9 semanas.

3.- Técnicas para prevenir 9 de cada 10 problemas de servicio entre cliente y proveedor interno.

4.- Los 5 tipos de comunicaciones que cambian la actitud negativa del cliente interno respecto del servicio.

TEMARIO :

PARTE I : INTRODUCCION A LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Objetivo: Sensibilizar al participante del impacto en la empresa derivado del servicio interno deficiente que entregan.

1) ¿Por qué es importante el servicio interno en una empresa?
2) Las 7 graves consecuencias del mal servicio interno para los trabajadores y para las organizaciones.
3) Los 6 disfraces con los que se oculta un servicio interno deficiente.
4) Actividades que realizan clientes y proveedores que provocan perder tiempo productivo. DINAMICA DE DIAGNOSTICO DE TIEMPO PERDIDO.
5) "Los 3 factores" con los que los clientes internos evalúan los servicios que reciben.
6) Los 3 aspectos que no mejoran la evaluación del cliente interno, pero le generan desconfianza.
7) Ejercicio: Evaluación del servicio interno en la empresa
8) Prioridades para la satisfacción del cliente interno.
9) Sugerencias para evitar problemas de mal servicio interno, generados por los mismos clientes.

PARTE II : PREVENCIÓN DE PROBLEMAS DE SERVICIO INTERNO (INCUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS)

Objetivo: El participante descubrirá técnicas para elevar el cumplimiento de compromisos de servicio interno en la percepción del cliente.

1) Lo más importante para el cliente interno: Cumplir los compromisos.
2) DINAMICA ESPECIAL DE SENSIBILIZACION SOBRE EXPECTATIVAS.
3) 4 de cada 5 veces que el cliente interno evalúa negativamente el servicio que recibe se deriva de falsas expectativas.
4) Cuáles son los "factores" que influyen en el cliente interno para el establecimiento de sus expectativas.
5) Técnicas para evitar falsas expectativas en los clientes internos, porque generan conflictos.
6) Análisis y planificación adecuada de los compromisos de servicio interno para su cumplimiento.
7) Actividades de registro y de seguimiento de compromisos para su debido cumplimiento.
8) Creación y utilización de estándares de servicio interno.
9) DINAMICA ESPECIAL DE TRABAJO EN EQUIPO.
10) Requisitos básicos para trabajar en equipo.

11) Conclusiones sobre el cumplimiento de los compromisos de servicio interno para la creación de equipos de alto rendimiento.

PARTE III : COMUNICACIÓN EFICAZ

1) Claridad en la comunicación que previene conflictos de servicio interno.
2) Comunicación reactiva en el servicio y la imagen negativa que crea en el cliente interno.
3) Comunicación preventiva y la forma en que disminuye las consecuencias al cliente interno.
4) Comunicación proactiva en el servicio y cómo genera confianza en el cliente interno.
5) Diferencia entre explicaciones y pretextos.

PARTE IV :PREVENCION Y SOLUCION DE CONFLICTOS.

1) La verdadera actitud de servicio del proveedor, en opinión del cliente interno.
2) Cómo atender a clientes internos difíciles, molestos y decepcionados.
3) Los costos ocultos que genera el mal servicio, tanto para el cliente interno, como para el proveedor.
4) DINAMICA – Aprendiendo a conocer los costos que provocamos a nuestros clientes internos.
5) Técnicas y actividades de solución de problemas de clientes internos para evitar fricciones entre departamentos y para evitar mal servicio para el cliente final.
6) Análisis de métodos en que se pudieron prevenir los conflictos analizados (soluciones-raíz)
7) Los 7 pasos del enfoque proactivo de servicio interno.
8) DINAMICA ESPECIAL – Puesta en práctica de todos los conceptos aprendidos en casos reales.

PARTE V : PLAN DE ACCION.

1) ¿Quién tiene actualmente el control del servicio interno?
2) Tips y Actividades a realizar por el proveedor interno para recuperar el control del servicio.
3) La importancia de ser proactivo para dar el mejor servicio interno.
4) DINAMICA FINAL – PLAN DE ACCION

Duración total : 16 horas.