

# Curso de Calidad en el Servicio al Cliente Industrial o de Negocios (B2B)

## Objetivo General:

Identificar y aplicar las primeras acciones necesarias que ayudan a una organización a mejorar el servicio que brindan a sus clientes industriales o de negocios para incrementar su nivel de satisfacción, retenerlos y aumentar sus compras.



## Temario

**Parte 1:** Introducción a la Calidad de los Servicios.

**Parte 2:** ¿Por dónde comenzar la mejora del Servicio?

**Parte 3:** La importancia de la actitud de servicio para el cliente de negocios.

**Parte 4:** Estrategias de atención al cliente con Clientes Molestos.

**Duración: 16 Horas**



CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE, S.C.

# Puntos Clave que Aprenderá:

1. Los Tres Pilares del Servicio:
  - Prevención de problemas de Servicio
  - Solución a Problemas de Servicio
  - Valor Agregado al Cliente
2. Las 4 acciones que aumentan la percepción del Cliente Industrial en tan solo 9 semanas.
3. Técnicas para prevenir 4 de cada 5 problemas de Servicio con los Clientes Empresariales.
4. El 98% de los clientes industriales prefieren un Servicio Proactivo, no reactivo.
5. Los clientes de los negocios no buscan Amabilidad o Calidez sino confiabilidad para poder optimizar su tiempo.

**¡Es un programa motivacional y técnico para despertar inspiración de servicio en su personal!**

El curso de Calidad en el servicio al cliente industrial o de negocios (B2B) ha sido estructurado para personal que tiene constante contacto con los clientes externos, pero que son clientes empresariales, por lo que sus necesidades son diferentes, sus prioridades distintas y las estrategias que se necesitan para retenerlos también.

Se trata de un curso basado en los resultados de una investigación realizada durante 12 meses (243 empresas y 3,956 empleados que atienden a clientes industriales), donde descubrimos sus necesidades, prioridades, expectativas y formas de asegurar su satisfacción para conservarlos y seguir contando con sus compras.

# Parte 1: Introducción a la Calidad de los Servicios

## Objetivo particular:

El participante identificará los factores de evaluación del servicio y del establecimiento de las expectativas del cliente de negocios o industriales.

1. Diferencia entre Servicio al Cliente y Atención al Cliente.
2. Los 5 factores con los que los clientes de negocios evalúan los servicios que reciben:
  - a) Elementos tangibles
  - b) Cumplimientos de promesas
  - c) Actitud de servicio
  - d) Habilidades del personal
  - e) Empatía
3. La relevancia que tiene cada uno de ellos en la satisfacción de los clientes.
4. Los 3 pilares del servicio:
  - a) Prevención de problemas de servicio
  - b) Solución a problemas de servicio
  - c) Valor agregado al cliente
5. Acciones para prevenir hasta el 80% de las decepciones del servicio.
6. Consejos de comunicación asertiva para evitar falsas expectativas.
7. Actitud positiva y calidez de atención Vs confiabilidad en la entrega del servicio.

## Parte 2: ¿Por dónde comenzar la mejora del Servicio?

1. ¿Enfoque en el factor peor percibido por los clientes corporativos o en el más importante para ellos?
2. Lo más importante para la satisfacción del cliente industrial es no generarle problemas en su operación (Ser confiable)
3. Principales problemas que sufren las empresas con sus proveedores.
4. Aspectos y herramientas clave que sus empleados deben cuidar para no provocar problemas a los clientes.
  - a) Sin inventario o sin disponibilidad para atender al cliente.
  - b) Retrasos o contratiempos en la entrega o ejecución.
  - c) Entrega / Ejecución incompleta.
  - d) Entrega / Ejecución sin la calidad convenida.
  - e) Fallas administrativas.
5. Las causas comunes por las que les generamos problemas a los clientes industriales.
6. La importancia de una correcta comunicación del personal con su cliente para aumentar su satisfacción.
7. Cómo orientar al cliente para que nos permita cumplir y superar sus expectativas de servicio.

## Parte 3: Importancia de la actitud de servicio para el cliente de negocios

1. Los casos en los que la actitud de servicio salvan el día.
2. Empatía: Entendiendo los costos ocultos que genera el mal servicio para el cliente industrial.
3. El impacto del mal servicio en la productividad de los procesos y actividades de los clientes Corporativos, Industriales y de Negocios.
4. Técnicas de solución de problemas de servicio.
5. Técnicas de retención y recuperación de clientes ante las fallas en el servicio.
6. ¿Cómo ayudar al cliente industrial que nos pide algo que nos es posible realizar y aún así dejarlo satisfecho?
7. La importancia del aviso preventivo para facilitar la solución de conflictos.
8. Claves de la comunicación efectiva en el servicio:
  - a) ¿Qué decir?
  - b) ¿Cómo decirlo?
  - c) ¿Cuándo hacerlo?
9. Tipos de comunicación efectiva:
  - Proactiva
  - Preventiva
  - Predictiva
  - Productiva
10. Técnicas para el manejo de problemas de servicio a clientes: La diferencia entre Explicaciones y Pretextos.

## Parte 4: Estrategias de atención al cliente con Clientes Molestos

1. 5 Causas por las que se enojan los clientes empresariales, industriales y corporativos.
2. Estrategias para reducir considerablemente el número de clientes molestos que atendemos.
3. Herramientas para atender a clientes molestos.
  - Las frases prohibidas con un cliente molesto.
  - Identificar el momento en que el cliente está listo para buscar soluciones.
  - ¿Por qué tan importante ofrecer más de un solución al cliente?
  - El informe de excepción para solucionar un conflicto.