

ÍNDICE GENERAL

TEMA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE (I).

- 1.1. DEFINICIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO
 - 1.1.1. CALIDAD
 - 1.1.2. SERVICIO
- 1.2. IMPACTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO
 - 1.2.1. NIVELES DE EXIGENCIAS
 - 1.2.2. LOS SÍMBOLOS Y LA INFORMACIÓN EN LA CALIDAD DEL SERVICIO
 - 1.2.3. IMPORTANCIA DE LOS ASPECTOS TANGIBLES EN LOS SERVICIOS INMATERIALES
 - 1.2.4. LA MOTIVACIÓN Y PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD
 - 1.2.5. LA CALIDAD DEL SERVICIO: TOTAL O INEXISTENTE
 - 1.2.6. GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
 - 1.2.7. VARIACIONES CULTURALES DEL CONCEPTO DE CALIDAD
 - 1.2.8. IDENTIFICAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
- 1.3. FACTORES DIFERENCIALES DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS
 - 1.3.1. DIFICULTADES PARA GESTIONAR LA CALIDAD DEL SERVICIO
 - 1.3.2. COSTO DE LA CALIDAD Y DE LA FALTA DE CALIDAD
 - 1.3.3. LOS MÉTODOS Y LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
- 1.4. ESTRATEGIAS DE SERVICIO
 - 1.4.1. COMPETIR EN LOS PRECIOS O EN LAS DIFERENCIAS
 - 1.4.2. ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE PRODUCTOS
 - 1.4.3. ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA LOS SERVICIOS
 - 1.4.4. LA ESTRATEGIA DE SERVICIO: UNA PROMESA

TEMA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE (II).

- 2.1. LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO
 - 2.1.1. AFIRMAR LA DIFERENCIA
 - 2.1.2. AMOLDARSE A LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE
 - 2.1.3. REDUCIR EL RIESGO PERCIBIDO POR EL CLIENTE
 - 2.1.4. MATERIALIZAR EL SERVICIO
 - 2.1.5. EN MATERIA DE SERVICIOS, TODO ES COMUNICACIÓN
 - 2.1.6. CONTAR CON LOS DISTRIBUIDORES
 - 2.1.7. MOTIVAR AL PERSONAL: UN EMPLEADO CONVENCIDO ES UN CLIENTE CONVENCIDO

- 2.2. NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO
 - 2.2.1. INTRODUCCIÓN
 - 2.2.2. LA NORMA ES EL RESULTADO ESPERADO POR EL CLIENTE
 - 2.2.3. LA NORMA DEBE SER PONDERABLE
 - 2.2.4. LAS NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO DEBEN SER UTILIZADAS POR TODA LA ORGANIZACIÓN
 - 2.2.5. FORMAR AL PERSONAL EN LAS NORMAS DE CALIDAD
 - 2.2.6. PRESTAR UN SERVICIO ORIENTADO AL CLIENTE
- 2.3. A LA CONQUISTA DEL CERO DEFECTOS
 - 2.3.1. INTRODUCCIÓN
 - 2.3.2. HACERLO BIEN A LA PRIMERA
 - 2.3.3. CAZA DE ERRORES
- 2.4. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
 - 2.4.1. INTRODUCCIÓN
 - 2.4.2. VALOR PARA EL CLIENTE
 - 2.4.3. SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR
 - 2.4.4. LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN
 - 2.4.5. BENEFICIOS DE LAS CARTAS DE RECLAMACIÓN
 - 2.4.6. LA OPINIÓN AJENA