

Q-39

Cómo adaptar la empresa a las necesidades y expectativas de los clientes

Taller práctico



COLABORA: QuercusIDI

DIRIGIDO A

Directores, técnicos y responsables de gestión de calidad, directores de marketing, jefes de proyecto, jefes de diseño, etc., implicados en el diseño y definición de productos y servicios, como elemento clave a la hora de lograr un enfoque del servicio o producto al cliente.

OBJETIVO

- Aprender a orientar los procesos de la empresa al cliente, logrando mejorar la calidad percibida y generando lealtad en la base de clientes
- Gestionar de forma sistemática las necesidades del cliente en la organización, cumpliendo con el primero de los principios de la Norma UNE-EN ISO 9001:2008 Enfoque al cliente, que es a su vez uno de los aspectos clave a la hora de conseguir la fidelidad de los clientes

CONTENIDO

- Modelo de enfoque al cliente. Evaluación de la orientación de la empresa al cliente
- Establecimiento de las dimensiones, atributos y los drivers de satisfacción del cliente. Matriz de competitividad. Modelos predictivos de satisfacción y fidelidad

- Determinación de los procesos de mayor impacto en la satisfacción del cliente
- Identificación de las oportunidades para sorprender al cliente e identificar las actividades que no le aportan valor
- Implantación del modelo de enfoque al cliente. Plan maestro de actuaciones
- Alineación de los indicadores internos con los indicadores de cliente
- Casos prácticos:
 - Evaluar el grado de enfoque de la empresa al cliente
 - Identificar dimensiones, atributos y drivers de satisfacción. Elaboración del modelo predictivo de satisfacción y fidelidad
 - Identificar los procesos de mayor impacto en la satisfacción del cliente
 - Validar la cadena de contacto e identificar oportunidades para aportar valor al cliente
 - Identificar métricas internas alineadas con los indicadores de cliente. Calidad objetiva

Q-57

El servicio como factor diferencial del producto



IN-COMPANY



COLABORA: QuercusIDI

DIRIGIDO A

Directores, técnicos, responsables de calidad, marketing y comercial, tanto de empresas de servicios como del sector industrial, que deseen mejorar el componente de servicio y enfocarlo de forma competitiva.

OBJETIVO

- Desarrollar estrategias para diferenciar los servicios que presta una empresa con respecto a la competencia
- Identificar oportunidades que sorprendan a los clientes y sirvan para mejorar la percepción que éstos tienen de la empresa

CONTENIDO

- Modelos competitivos de servicios
- Cómo lograr estructuras organizativas orientadas al cliente

- El servicio como factor diferencial del producto. La oferta de servicios incrementada
- Seleccionar estrategias que permitan incrementar el valor percibido del servicio
- Gestionar un servicio de forma competitiva. La lealtad del cliente a través de la estrategia de gestión de la calidad percibida
- Desarrollo de una cultura de servicios orientada al cliente
- Casos prácticos:
 - Evaluar el grado de competitividad de un servicio
 - Organizar la empresa para que esté orientada al cliente
 - Identificar oportunidades para enfocar el servicio de forma competitiva
 - Crear métricas que permitan identificar el enfoque y el grado de competitividad del servicio al cliente

CALENDARIO Y PRECIOS

Q-39 y Q-57

2 días - 14 horas.

Estos cursos sólo están disponibles en exclusiva para su empresa bajo la modalidad de formación *In-Company*. Información y presupuestos en el teléfono 914 326 125.