

CURSOS INTENSIVOS

Gestión eficaz de las quejas: Claves para fidelizar al cliente

ELIGE ÉXITO



+50 años formando
profesionales globales
para **la empresa** y **el marketing**
Fomentando el **emprendimiento**
y **la economía digital**

 **ESIC**
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL
Impulsamos tus desafíos

INTRODUCCIÓN

Existe una percepción errónea sobre las quejas y las reclamaciones en la mayoría de las empresas, ya que se suelen percibir como una amenaza, cuando en realidad, una queja o una reclamación deberían percibirse de una forma muy diferente, ya que son una oportunidad para la relación y el conocimiento mutuos, una posibilidad de aprendizaje, un reconocimiento a nuestra capacidad de mejorar.

La manera correcta de entender una queja o una reclamación es como una oportunidad que nos da el cliente de forma gratuita que nos ayuda a mejorar nuestro servicio.

Ahora, más que nunca, es imprescindible no perder ningún cliente. En este curso intensivo aprenderás las técnicas y los procedimientos de resolución de quejas por teléfono, por escrito y en persona que te permitirán mantener satisfechos a sus clientes.

FACTORES CLAVE

Adquirirás conocimientos acerca de la resolución de conflictos, cómo gestionar una queja, cómo abordar una reclamación, cómo mejorar tus habilidades de venta a través de una reclamación, cómo aprovechar una queja para fidelizar a tus clientes, y otros factores necesarios para gestionar adecuadamente una buena atención al cliente

OBJETIVOS

- Conocer las actitudes correctas para facilitar una mejora en la percepción del Servicio al Cliente que ofrece la empresa.
- Comprender que una queja es una oportunidad única no solo para fidelizar, sino para incrementar el volumen de negocio con cada cliente.
- Saber utilizar los argumentos más adecuados en la atención de quejas y reclamaciones.
- Aprender a escuchar al cliente para conocer sus quejas y reclamaciones y conseguir que vuelva y seamos su mejor opción.
- Diseñar una metodología que facilite la implantación de esta filosofía en la empresa.
- Planificar la implantación del nuevo sistema.

PÚBLICO OBJETIVO

- Departamento de Marketing
- Departamento Comercial
- Personal de los departamentos de Atención al Cliente, SAT, Call Centers, Venta al Público, Servicio Post-Venta, Información, Recepción, Administración
- Y en general, a cualquier profesional de la empresa que realice acciones de atención al cliente tanto interno como cliente externo.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada es dinámica y participativa, lo que facilita la transferencia de los conocimientos y técnicas aprendidas en el desempeño profesional. El programa se basa en una enseñanza centrada en la estimulación de los participantes a fin de desarrollar sus habilidades, propiciando de esta manera la reflexión, la interacción y la búsqueda de información.

Se promueve el proceso de aprendizaje, con el objetivo de lograr la máxima participación y asimilación de conocimientos, así como ofrecer retroalimentación que permita una actitud proactiva

El programa es eminentemente práctico, donde se combinan diferentes métodos didácticos activos para fomentar la participación y el intercambio de experiencias, la resolución de dudas y el aprendizaje. Se utiliza el lenguaje más adecuado a cada situación, claro y participativo, alternando junto con las explicaciones teóricas imprescindibles, dinámicas, juegos de rol y trabajo con el método del caso.

PROGRAMA

1. Nuevos retos en la empresa

- Cómo orientar la empresa hacia el cliente. ¿Hacia dónde va el mercado?
- Alcanzar la satisfacción del cliente. ¿Qué expectativas tiene y que experiencia tiene?
- Valoración del cliente: ¿Por qué se van los clientes?

2. Comportamiento del cliente insatisfecho

- ¿Por qué no se quejan nuestros clientes?
- La pérdida de clientes.
- ¿Cómo se comporta? Boca-oído, las RR.SS. y su repercusión

3. Las quejas y reclamaciones: la percepción interna

- ¿Para qué sirven? Y ¿qué rentabilidad tienen?
- Percepción personal de las quejas.
- Actitudes ante las quejas.
- Tipos de quejas: formales e informales. El cliente tóxico.

4. ¿Cómo tratarlas?

- ATEN. Tratamiento personalizado de las quejas para fidelizar.
- Interactuar con RRSS.

5. ¿Cómo implantar un sistema eficaz de quejas y reclamaciones?

- 6 factores de éxito para implantar un sistema eficaz de quejas y reclamaciones.

PONENTES

D. Francisco Javier González Galán

Formación Académica:

- Lic. En Gestión Comercial y Marketing por ESIC
- Analista econ. Financiero por ESITE
- Graduado en Comunicación Eficaz, Relaciones Humanas y en Venta eficaz por FDC
- Máster en Psicoterapia de Tiempo Limitado del Instituto Europeo (IEPTL).
- Diplomado en Coaching por la Escuela Tavistock (Londres)
- Certificado en Constelaciones familiares y organizacionales, Instituto Bert Hellinger
- Secretario General de la Asociación de Consultores de Eneagrama (AHCE)
- Certificado en Firewalking por la Firewalking Institute of Research and Education
- Miembro de AECOP (Asociación Española de Coaching y Consultoría de Procesos)
- Miembro de International Coach Federation ICF
- CTA Certified Coach
- Autor del libro COACHING INTELIGENTE: Método A.C.C.I.O.N. (Editorial ESIC)
- Miembro de ANE (Asociación de Neurociencia Internacional)

Algunas de las empresas con las que ha colaborado:

- ESPAÑA: Renault, Daimler (Mercedes y Smart), Chrysler, BMW, Fiat, Daf, , Peugeot, Iveco, Volvo, Repsol YPF, Telefónica, Páginas Amarillas, Caja Rural de Betxi, Caja Rural de Navarra, Cajamar, Madritel, Auna Telecom, Banco Madrid, Prosegur, Telefonica i+d, IKEA, Telefónica Móviles, Amena, Vodafone, ABM, Telyco, Ibercaja, El Pozo, SCA, SMC, Saned, Yudigar, Ormazabal, Renfe, Viscosfan, Campofrio, Mahou, Telepizza, IBM, Citrix, Genzyme, Italfármaco, Guillette, Indra, Video Drugstore, Leroy Merlin, Frito Lay, Intersport, Laboratorio Lilly, AEFI, Pfizer, Boehringer Ingelheim, Sika, Woman Secret, Ceftral, Atos Origin, El Derecho Editores, Excal Ade International, GDM (grupo PRISA), Andreas Stihl, S.A., Amadeus, Sun Microsystem, fuerzas de Seguridad Españolas, SYMANTEC, Orange, Novartis, Pfizer, Epro, etc...
- LATINOAMERICA: Pernod Ricard, BIC, Danone, Renault, Mercedes, BMW, Fiat, Ford, Scania, Porsche, Peugeot, General Motors Chevrolet, YPF, Repsol YPF, Loma Negra (cementera), Telefónica, Gas Natural, Shell, Direct TV, Nextel, Movicom, HSBC, Banco de Galicia, Quilmes, Prosegur, Embajada de España, INCA, ARS Humano, Vinícola del Norte, Codetel, APAP, AMSA, Banco Santa Cruz, AFP Siembra, Banco del Progreso, Seguros Constitución etc...

INFORMACIÓN

FECHAS:

Jueves 12 de diciembre de 2019.

HORARIO:

De 9.30 a 14:00 h. y de 15:00 a 18:30 h.

DURACIÓN:

8 horas

LUGAR DE IMPARTICIÓN:

ESIC Valencia.

Avda. Blasco Ibáñez, 55 · Valencia.

IMPORTE*:

280,00€

Precio Alumni no asociado: 238,00 €

Precio Alumni Asociado: 182,00 €

La formalización de la inscripción se debe realizar una semana antes del inicio.

Incluye coffee y catering.

Gestión gratuita de la bonificación de **Fundae**, solicite más información.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

Varias personas de una misma empresa, consultar **condiciones especiales**.

** Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

OBSERVACIONES:

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

96 339 02 33

executive.valencia@esic.edu

www.esic.edu/valencia

Cancelación: Si la persona no pudiera asistir, deberá comunicarlo a ESIC. Si dicha cancelación se notifica siete días hábiles antes del inicio del programa, se devolverá el importe abonado menos un 15% en concepto de gastos.

Alojamiento: ESIC mantiene acuerdos con distintos hoteles para facilitar el alojamiento de los asistentes.