



## Curso Online de **Comunicación efectiva y Servicio al Cliente**

*Estrategias y conceptos para utilizar la comunicación como pilar de un servicio excelente al cliente.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

## Presentación

Cada uno de los módulos de este curso contiene aspectos que se deben tener en cuenta para un buen desarrollo, diagnóstico, evaluación y plan de mejora del servicio de una organización. Este servicio, generalmente enfocado a un área específica, debe asumirse de manera holística, es decir, el viaje del cliente a través de los diferentes puntos de interacción con la empresa hace que todos los colaboradores asuman su trabajo con actitud de servicio.

Alineado con lo anterior, la comunicación juega un papel importante dentro del proceso de servicio. Cada aspecto relacionado con la atención al usuario o cliente debe contener un grado de sensibilidad, empatía y escucha para lograr una clara comunicación que permita llevar a feliz término los requerimientos de quienes son o aspiran a ser clientes de la empresa. Forma parte de este punto la comunicación interna en la organización que busca, no solo informar, sino fortalecer la cultura de servicio en la misma.

Este curso proporciona una mirada integral de todos los aspectos que se deben tener en cuenta para que las organizaciones asuman, de manera estratégica, el concepto de servicio. Es una ruta que no solo contará con lecturas que ofrecen las bases para el entendimiento de procesos organizacionales, gerenciales, comunicativos y administrativos, sino casuísticos, lo que permitirá entender los aspectos anteriores con ejemplos y ejercicios prácticos que se podrán realizar en una organización elegida por los alumnos.

## La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

**Interactuar** con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

**Aumentar sus capacidades** y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

**Trabajar** con los recursos que ofrece el entorno on-line.

## Objetivos del curso:

---

- Dotar de conocimiento holístico sobre el proceso de servicio en una organización.
- Diseñar y crear un manual de servicio que organice de manera estratégica todos los aspectos y procesos de la empresa.
- Conocer y diseñar diversas formas y canales de comunicación con los clientes con la finalidad de ofrecer un buen servicio creando lazos de confianza con ellos.
- Conocer y aplicar diferentes métricas para medir la satisfacción de los clientes y lograr un diagnóstico del servicio que se ofrece.
- Proporcionar pautas para desarrollar en la empresa una cultura de calidad en el servicio a través de estrategias de comunicación.
- Realizar un plan de mejora continua a través del método PHVA.
- Ofrecer una guía para la realización de un diagnóstico, evaluación y mejora continua del servicio en una organización.

“ Domine de manera práctica la gestión integral del servicio al cliente mediante la comunicación, la medición y la mejora continua”

## Dirigido a:

---

Responsables Comerciales, de Marketing y Atención al Cliente, así como a todas aquellas personas que quieran promover una comunicación efectiva que repercuta en el servicio al cliente.

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

7 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. El servicio como parte de la estrategia de la empresa

4 horas

Cada organización debe tener su propio concepto de servicio basado en lo que desea ofrecer, cómo lo quiere ofrecer y a quién lo desea ofrecer. Un excelente servicio al cliente puede superar una decisión de compra que se hace solo por el precio, así como lograr la fidelización de los clientes de una organización.

- 1.1. La importancia del servicio al cliente.
- 1.2. El direccionamiento estratégico: misión, visión y valores.
- 1.3. Todos somos parte del servicio.
- 1.4. La gerencia del servicio.
- 1.5. El servicio como ventaja competitiva.
- 1.6. La cultura de servicio.

### MÓDULO 2. Manual de servicio al cliente

6 horas

Un manual de servicio al cliente es una guía de pautas, requerimientos y normas establecidas en torno al servicio que ofrece una organización y es una herramienta útil cuando se decide colocar al cliente en el centro de la empresa.

- 2.1. Qué es y para qué sirve un manual de servicio al cliente.
- 2.2. Cómo diseñar un manual de servicio.
- 2.3. Contenido del manual de servicio:
  - 2.3.1. Direccionamiento estratégico de la empresa.
  - 2.3.2. Objetivos estratégicos del área de servicio al cliente.
  - 2.3.3. Presentación del manual.
  - 2.3.4. Políticas de calidad de la empresa.
  - 2.3.5. Organigrama del departamento / área de servicio al cliente.
  - 2.3.6. Concepto de servicio para la empresa.
  - 2.3.7. Características de los clientes de la empresa.
  - 2.3.8. Procesos del servicio en la empresa. Áreas involucradas.
  - 2.3.9. Protocolo para cada punto de interacción con el cliente.

- 2.3.10. Políticas de servicio.
- 2.3.11. Términos y definiciones específicas.

## MÓDULO 3. Promoción, comunicación y multicanales de servicio

4 horas

La comunicación en el contexto de servicio son todos aquellos mensajes escritos, orales o digitales que una empresa ofrece en sus múltiples contactos con los clientes. Permite generar lazos de confianza a partir de experiencias positivas con ellos en cualquiera de los canales de atención.

- 3.1. La comunicación en el contexto de servicio.
- 3.2. Elaboración de mensajes:
  - 3.2.1. Correo electrónico.
  - 3.2.2. WhatsApp.
  - 3.2.3. Comunicación telefónica.
  - 3.2.4. Comunicación en redes sociales.
  - 3.2.5. Chatbot.
  - 3.2.6. Blog.
- 3.3. El servicio en cifras.

## MÓDULO 4. Diagnóstico del servicio

6 horas

Proceso diseñado para conocer las percepciones de los clientes antes, durante y después del servicio ofrecido, es decir, de toda la cadena de valor. Este diagnóstico conlleva a una valoración y evaluación de resultados obtenidos.

- 4.1. La calidad del servicio.
- 4.2. Formas de medir la satisfacción del cliente.
- 4.3. El indicador de esfuerzo del cliente.
- 4.4. La tasa de rotación de clientes como indicador en el servicio.
- 4.5. La NPS o Net Promoter Score.
- 4.6. Comentarios en RRSS.
- 4.7. Cómo realizar grupos focales.

## MÓDULO 5. Evaluación del servicio: análisis DAFO

4 horas

- 5.1. El diagnóstico DAFO: por qué es estratégico.
- 5.2. Cómo realizar un análisis DAFO del servicio de tu empresa:
  - 5.2.1. Fortalezas.
  - 5.2.2. Debilidades.
  - 5.2.3. Oportunidades.
  - 5.2.4. Amenazas.
- 5.3. Estrategias resultantes de un DAFO.

## MÓDULO 6. Plan de mejora continua del servicio

4 horas

Un plan de mejora continua del servicio ordena las estrategias que se desean implementar para mejorar los procesos internos de la organización. Con ello se busca optimizar recursos a partir de información específica sobre cada uno de estos procesos.

- 6.1. El plan de mejora continua.
- 6.2. Ciclo PHVA:
  - 6.2.1. Planear.
  - 6.2.2. Hacer.
  - 6.2.3. Verificar.
  - 6.2.4. Actuar.

## MÓDULO 7. Cambia las debilidades a fortalezas

2 horas

- 7.1. La buena imagen empieza por casa.
- 7.2. Reuniones.
- 7.3. Redes Sociales.
- 7.4. Los correos.
- 7.5. Entrenamientos.
- 7.6. Comité de crisis y portavoces.
- 7.7. Refuerza la cultura de servicio en la empresa.
- 7.8. Estrategia de comunicación.
- 7.9. Estudio de casos internos.

## Autor

---



### Claudia Hung

Comunicadora Social y Periodista. Master en Administración de Empresas con amplia experiencia en el diseño e implementación de planes estratégicos de comunicación y marketing en diversas empresas.

## Titulación

---

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

