

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos necesarios para proporcionar un servicio de atención al el/la cliente/a diferenciador y de calidad, así como poder medir el grado de satisfacción de los clientes.

CONTENIDOS

UD1. ATENCIÓN AL CLIENTE (I) 1.1. Definición de calidad y servicio. 1.2. Impacto de la calidad en el servicio. 1.3. Factores diferenciales de las empresas de servicios. UD2. ATENCIÓN AL CLIENTE (II) 2.1. La comunicación del servicio. 2.2. Normas de calidad del servicio. 2.3. A la conquista del cero defectos. 2.4. Medir la satisfacción del cliente.

