

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Análisis y Fidelización de Clientes

→ Herramientas y estrategias para medir la satisfacción y fidelización de los clientes y crear y ejecutar planes de mejora.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

Para evaluar su rendimiento, muchas empresas y organizaciones consideran la satisfacción de sus clientes como la mejor medida de la calidad de sus productos o servicios. Por este motivo, resulta de vital importancia conocer qué significa el término satisfacción del cliente, así como ser capaces de medir los resultados percibidos por los clientes del producto o servicio ofertado.

La orientación a la satisfacción del cliente es uno de los principales factores de éxito para las empresas y provoca una serie de beneficios cuantificables que ayudan a mantener su rentabilidad.

¿Pero cómo saber cuál es el grado de satisfacción de un cliente?

En este curso vamos a intentar responder a esta pregunta mediante herramientas, metodologías y estrategias destinadas a:

- Identificar de manera práctica la satisfacción de sus clientes.
- Diseñar herramientas e implantar indicadores para conocer la opinión de los clientes acerca de los productos o servicios.
- Identificar las necesidades, expectativas y requisitos que demandan nuestros clientes.
- Jerarquizar los atributos del producto o servicio, definiendo cuáles son los más valorados por los clientes.
- Elaborar un índice de satisfacción al cliente.
- Preparar planes de mejora precisos y eficientes.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

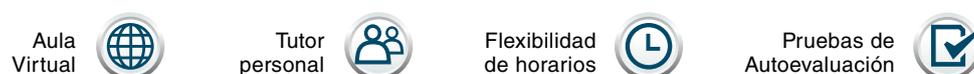
- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 50 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 5 módulos de formación práctica de que consta el curso Análisis y Fidelización de Clientes.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas de la satisfacción y fidelización de clientes.

Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a la satisfacción y fidelización de clientes.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué significa la satisfacción de los clientes y por qué medir su satisfacción.
- Cómo identificar los diferentes tipos de clientes de una empresa y sus requisitos y expectativas de servicio.
- Cómo identificar quién o quiénes, dentro de la cadena de personas o departamentos que entran en contacto con el cliente, están afectando dentro de la empresa a la Satisfacción de los Clientes y qué causas originan los problemas.
- Cuáles son los métodos más usuales para medir la satisfacción de los clientes.
- Qué nuevas herramientas existen para medir la satisfacción del cliente.
- Cómo analizar y presentar los resultados que se obtienen de la investigación.
- Cómo determinar las prioridades de nuestros clientes en materia de atención al cliente.
- Cómo analizar los factores que inciden directamente en las expectativas de nuestros clientes en cuanto al servicio y atención que deben recibir.
- Cómo aprovechar las acciones correctoras no solo para corregir errores sino para agregar valor al cliente.
- Qué características diferenciadoras existen en el medio on-line versus off-line en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Cómo implantar un programa de mejora de la satisfacción de cliente.
- Cómo usar la calidad de servicio y satisfacción como una ventaja competitiva y de crecimiento frente a la competencia.

Solo el 4% de clientes con problemas con una empresa se quejan, el resto prefieren cambiar de proveedor en lugar de discutir. Para controlar y mejorar un sistema de atención al cliente es preciso poder medirlo, pero no solo por medirlo se arreglará el problema.

Dirigido a:

Directores de Marketing, Comerciales, Atención al Cliente, Calidad, Comunicación y, en general, a todas aquellas personas de la empresa que tengan contacto con los clientes.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. ¿Qué es la satisfacción del cliente?

8 horas

A partir del desarrollo histórico de la gestión de la calidad, el alumno aprenderá a lo largo de este módulo a diferenciar los conceptos clave de la gestión de la calidad, y tomará conciencia de la importancia de los clientes y de la medición de su satisfacción en una organización.

1.1. ¿Qué significa calidad?

- 1.1.1. Definición del término.
- 1.1.2. Historia de la calidad.
- 1.1.3. Los gurús de la calidad.
- 1.1.4. Los principios de la gestión de la calidad.
- 1.1.5. La mejora continua.

1.2. Calidad de un producto y calidad de un servicio:

- 1.2.1. Calidad de un producto: Modelo de Garvin.
- 1.2.2. Calidad de un servicio: Modelo de Parasuraman.

1.3. La satisfacción de los clientes:

- 1.3.1. ¿Quiénes son nuestros clientes?
- 1.3.2. ¿Qué significa satisfacción de los clientes?
- 1.3.3. Expectativas y satisfacción: Modelo de Kano.

1.4. Medir la satisfacción de los clientes:

- 1.4.1. ¿Por qué medir la satisfacción de los clientes?
- 1.4.2. ¿Qué medir? : Modelo Servqual para la evaluación de los servicios.
- 1.4.3. La satisfacción en los modelos de gestión de la calidad.

→ MÓDULO 2. Identificación de los clientes y sus requisitos

10 horas

El que puede parecer el aspecto más trivial del proceso de medición de satisfacción del cliente es quizás el más problemático, saber quiénes son los clientes de la empresa.

Para poder satisfacer a sus clientes, una organización debe conocer primero quiénes son.

2.1. Identificación de los clientes:

- 2.1.1. Información acerca de los clientes.
- 2.1.2. Segmentación de clientes.

Contenido del curso

2.1.3. Alcance de la medición.

2.2. Identificación de los requisitos de los clientes:

2.2.1. Tipos de requisitos.

2.2.2. Atributos y variables de los productos y servicios.

2.2.3. CSI: índice de satisfacción del cliente.

2.2.4. Análisis de las expectativas.

→ MÓDULO 3. Medir la satisfacción del cliente

12 horas

En este módulo el alumno aprenderá a identificar los clientes y sus requisitos, así como los atributos de los productos y servicios que son importantes para dichos clientes.

Se introduce además el concepto de índice de satisfacción del cliente.

3.1. Diseño de la muestra:

3.1.1. Población versus muestra.

3.1.2. Métodos de muestreo.

3.1.3. Tamaño de la muestra y error asociado.

3.2. Modelo de medición:

3.2.1. Modelo Servperf.

3.2.2. Ponderación de atributos.

3.3. Diseño de la encuesta de satisfacción al cliente:

3.3.1. Estructura del cuestionario.

3.3.2. Tipología de preguntas.

3.3.3. Escalas de valoración.

3.4. Administración de la encuesta:

3.4.1. Pre-test.

3.4.2. Tipologías de encuestas.

3.4.3. Periodicidad.

3.4.4. Recogida de resultados.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. Análisis de la información obtenida

15 horas

Es en la fase de recogida y análisis de los datos de la información donde suelen producirse ciertos errores.

Con este módulo conoceremos la importancia de codificar y verificar los datos obtenidos con la encuesta de satisfacción del cliente, así como las principales técnicas para el análisis de los datos.

4.1. Análisis previo de los datos:

- 4.1.1. Codificación de la información obtenida.
- 4.1.2. Verificación y categorización de los datos.

4.2. Análisis de los datos:

- 4.2.1. Análisis descriptivos: Resumen de resultados.
- 4.2.2. Análisis estadísticos básicos.
- 4.2.3. Correlación entre variables.
- 4.2.4. Análisis de regresión.

4.3. Determinación de los atributos más relevantes:

- 4.3.1. Análisis del impacto de cada atributo en el CSI.
- 4.3.2. Análisis del CSI y su tendencia.

4.4. Reportes de los resultados obtenidos:

- 4.4.1. Estructura.
- 4.4.2. Tipologías de gráficos.

→ MÓDULO 5. Estandarizar el proceso de medición

5 horas

La estandarización es el proceso de desarrollar e implementar estándares técnicos con el objetivo de homogeneizar las prácticas de la organización con respecto a la fabricación de un producto, a la calidad o al medio ambiente.

¿Cuáles son los principales estándares en el ámbito de la satisfacción del cliente?

5.1. Estandarización:

- 5.1.1. ¿Qué es un proceso?
- 5.1.2. Estándares y certificaciones.
- 5.1.3. Documentación implicada.

Contenido del curso

5.2. Principales estándares en el ámbito de la gestión de la mejora de la satisfacción de los clientes:

- 5.2.1. ISO 9001: Gestión de la calidad.
- 5.2.2. ISO 10001: Gestión del código de conducta.
- 5.2.3. ISO 10002: Gestión de reclamaciones.

5.3. ISO 10004: Medición de la satisfacción de los clientes:

- 5.3.1. Objetivos y alcance del estándar.
- 5.3.2. Procesos principales para la medición de la satisfacción de los clientes.



Autores

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Análisis y Fidelización de Clientes han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Martí Casadesús

Ingeniero Industrial. Catedrático en el área de organización de empresas de la Universidad de Girona donde, en la actualidad, es Vicerrector de Calidad.

Ha sido uno de los expertos internacionales en el Comité Técnico 176 de ISO (International Organization for Standardization) para la redacción de la norma ISO 10004 para la medición de la satisfacción de los clientes.

→ Alexandra Simón

Licenciada en Administración de Empresas. Máster en Innovación y Gestión de la Tecnología es, en la actualidad, profesora en la Universidad de Girona.

Autora de varios artículos sobre la materia, su trabajo se centra en la integración de las normas de gestión de la calidad con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente.

Los autores y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Análisis y Fidelización de Clientes**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

