

Seminario-Taller

COMO CREAR E IMPLEMENTAR EXITOSAMENTE UNA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE

Si el éxito de su empresa está directamente relacionado con la calidad de servicio que brinda a sus clientes, usted debe estar en este seminario.

OBJETIVOS:

1. Brindar a los asistentes las herramientas necesarias para crear e implementar en su empresa una Cultura de Servicio al Cliente.
2. Lograr que la organización cuente con métodos y sistemas de trabajo que permitan la fidelización de sus clientes.
3. Integrar herramientas como Base de datos, CRM y otras dentro de la estrategia corporativa de Servicio al Cliente y de ventas.

DIRIGIDO A:

Gerentes o coordinadores de Mercadeo, de Operaciones, Servicio al Cliente, Ventas y Post Venta. En general a todos aquellos puestos responsables de definir e implementar la estrategia de servicio al cliente de su compañía.

TEMARIO

Cultura de Servicio al Cliente.

Qué es una Cultura. Características. Cultura de Servicio al Cliente. La lealtad es el factor clave de éxito. La lealtad produce dividendos. Cómo conseguir incrementar la lealtad de sus clientes. Cómo no cometer errores en los programas de servicio.

Implementando el proyecto

Objetivos. Preguntas que se deben formular y contestar. Estrategias de Servicio. Implantación del proyecto. Pasos críticos para la implantación. El Mapeo. ¿Qué sabemos de nuestros clientes? ¿Qué sabemos de nuestros competidores? Aproveche las oportunidades.

Unidades Estratégicas de Negocio

Metodología de Implementación. 10 Prácticas Gerenciales. El modelo de servicio. Unidades Estratégicas de Negocio UEN. Propósitos y Objetivos. UEN de Servicio al Cliente. Conceptos, Indicadores y Análisis de Información. Análisis de los clientes leales. El CRM como estrategia para generar relaciones productivas de larga vida. Ventajas.

Desarrollo de equipos de mejoramiento

Desarrollo del trabajo en equipo. El Cliente interno y el Servicio de apoyo. Obstáculos del Servicio. Estar conectados con los empleados. Motivarlos para un desempeño excepcional. Estrategias de Servicio. Pasos del proceso de motivación.

“ASESORÍA Y CAPACITACIÓN EN VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE”

Descripción:

Algunas empresas buscaron solucionar sus deficiencias de servicio al cliente mediante su inclusión como parte del departamento de ventas. Otras, crearon un departamento de servicio al cliente, con los mismos resultados: un área a la cual se trasladan todos los problemas que permite a los demás desentenderse del asunto.

La solución: definir una cultura corporativa de servicio al cliente y sobre ella construir las estrategias apropiadas en cada caso y en todas las unidades del negocio.

Lugar: Hotel Crown Plaza Corobicí

Fechas: 21 y 22 de Febrero 2012

Horario: 5 pm. a 9 pm.

Inversión: \$ 150 por asistente (Consulte descuentos por grupo)

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

Teléfonos: 2296-8448, 2296-8447, 2296-8446

e-mail: servicios@mymmercadotecnia.com



Conferencistas:

Ing. Manuel Mora A. *MBA*



Asesor de empresas de diversas actividades comerciales; principalmente en temas de ventas y servicio al cliente. Entre ellas: Grupo Mudanzas Mundiales, Grupo COCOCO (Mayorista en Computación), Plásticos STAR-Grupo Paohogar, ADT-Tyco, Popular Pensiones, Alvimundo (Estructuras de Aluminio y Vidrio), Equipos Neumáticos Kaeser y Doyco- ADIDAS, Mutual Alajuela, Corporación Interfrutd, entre otras.

Miembro del consejo director de **SLADE (Sociedad Latinoamericana de Estrategia)** y participación como conferencista en los Congresos Latinoamericanos de Barranquilla-Colombia 2007; Santiago-Chile 2008, Córdoba-Argentina 2009, Guayaquil-Ecuador 2010 y Yucatán-México 2011.

Ingeniero graduado en la carrera de Administración de Empresas Agropecuarias del I.T.C.R.
Máster en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo del I.T.C.R.
Máster en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas del I.T.C.R.
Postgrado en Estrategia y Gerencia, University of Pittsburgh, USA.

Laboró durante 9 años para la empresa Leopoldo Barrionuevo y Asociados donde inició como representante de ventas y luego se desempeñó como coordinador de ventas y telemercadeo de la empresa.

Ocupó el puesto de Gerente de Distrito para Costa Rica de la empresa farmacéutica **PFIZER S. A.** Le correspondió realizar programas de capacitación en Ventas, Servicio al Cliente y Telemercadeo en Colombia, Venezuela, México, Guatemala y Costa Rica para ejecutivos de la empresa y sus distribuidores.

De 2001 a 2004 desarrolló y coordinó el departamento de Telemercadeo para la **CORPORACIÓN CAPRIS S. A.** Durante 2004 y 2005 fue Gerente de la División Automotriz de la empresa.

Actualmente es Gerente General de la empresa **M & M Mercadotecnia S. A.**, dedicada a la Asesoría y Capacitación en las áreas de Telemercadeo, Ventas y Servicio al Cliente.

Ing. Rafael Soto S.



Ingeniero Civil graduado en la Universidad de Costa Rica.
Se inicio como training Manager en Cheamsearch co, continuó en Avícola Chácara y fue Subdirector de mercadeo de la revista "Visión"

Durante 25 años se incorporó como primer consultor de Leopoldo Barrionuevo y ejerció el mercadeo y las ventas en todo Centroamérica, Colombia, Venezuela y Panamá donde estuvo a cargo de la oficina de ventas; posteriormente desempeñó las consultorías de Tetra Pack, Phillip Morris y Kraft, entre otras, en su carácter de coordinador de Asesorías de la corporación.

En República Dominicana fue designado por cuatro años como director de Mercadeo de Pasteurizadora Rica. En Costa Rica fue asesor y capacitador de Cervecería Costa Rica, Dos Pinos, Musmanni, Lucema- Cercone, Copoz, Clima Ideal entre muchas otras.

Experto en Ventas Técnicas y de productos de Alta Inversión, el ingeniero Soto ha alcanzado su mayor especialización en Gerencia de Ventas y especialmente en Supervisión de Impacto y Motivación para el Trabajo en Equipo.

“ASESORÍA Y CAPACITACIÓN EN VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE”