

CURSO PARA PERSONAL DE MOSTRADOR DE ESTABLECIMIENTOS DE LIMPIEZA EN SECO (NIVEL SUPERIOR)

OBJETIVO

EN EL ENTORNO ACTUAL, **SATISFACER AL CLIENTE YA NO ES SUFICIENTE**; AQUELLOS CLIENTES "SIMPLEMENTE SATISFECHOS" SE MARCHAN A LA COMPETENCIA POR UNA PEQUEÑA DIFERENCIA DE PRECIO. POR ESTE MOTIVO , LAS EMPRESAS ESTAN CONCENTRANDO SUS RECURSOS EN EL **NUEVO RETO DE LA FIDELIZACION**, MAS ALLA DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE.

SIN EMBARGO, NO ES POSIBLE LOGRAR LA NECESARIA FIDELIZACION DE LOS CLIENTES POR MEDIO DE PROGRAMAS Y CONCEPTOS OBSOLETOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE. SOLO PUEDE ALCANZARSE COMO CONSECUENCIA DE **ALTOS NIVELES, PERMANENTES Y AUTENTICOS, DE SATISFACCION DEL CLIENTE.**

EL **"PERSONAL DE CONTACTO"** ES EL PROTAGONISTA CLAVE DE LA FIDELIZACION, COMO "EMBAJADOR" DE LA EMPRESA ANTE SUS CLIENTES. FORMAR, CAPACITAR Y DIRIGIR CON EFICACIA A ESTE PERSONAL ES UN REQUISITO OBLIGADO PARA LOGRAR EL NIVEL DE ATENCION AL CLIENTE QUE REQUIERE EL MERCADO.

EN NUESTRO SEMINARIO "ATENCION AL CLIENTE" PRESENTAMOS LAS **TECNICAS Y SISTEMAS MAS ACTUALES** PARA DIRIGIR AL PERSONAL DE CONTACTO. LA **METODOLOGIA DEL CURSO** ES COMPLETAMENTE PRACTICA Y PARTICIPATIVA, Y EL TEMARIO ESTA **BASADO EN EXPERIENCIAS REALES** DE EMPRESAS DE CARNE Y HUESO. CON CRITERIOS TOTALMENTE PRACTICOS Y EXENTO DE TECNICISMO

TEORICOS, CON EL OBJETO DE QUE LAS ENSEÑANZAS SEAN DE **APLICACION INMEDIATA.**

EN **ITEL** FORMAMOS AL PERSONAL PARA QUE PRESTEN UN SERVICIO DE "**CALIDAD TOTAL**" Y PARA QUE LOS EMPLEADOS DISFRUTEN CON ELLO.

TEMARIO

EL SENTIDO EMOTIVO DEL CLIENTE.

USTED COMO VENDEDOR/A.

EL DESCUBRIMIENTO DE SU CLIENTE:

ADECUAR SUS ATENCIONES PARA ADAPTARSE A EL

VALORIZAR

PERSONALIZAR.

ARGUMENTOS SOBRE LA CALIDAD-VENDER LA CALIDAD.

ARGUMENTOS SOBRE LOS PRECIOS.

LOS CONOCIMIENTOS TECNICAS SOBRE EL MOSTRADOR.

INSTRUCCIONES PARA DESARMAR INSTRUCCIONES.

CONSEJOS AL CONSUMIDOR QUE SE CONCIERTEN EN UNA MAYOR UTILIZACION DE NUESTROS SERVICIOS.

LA PSICOLOGIA EN LAS RELACIONES VENDEDOR-CLIENTE.

LA COMUNICACION POSITIVA EN SITUACION DE VENTA.

LA VENTA ACTIVA.

LOS ERRORES DE COMPORTAMIENTO QUE NO HAY QUE COMETER.

LA FIDELIZACION DE LA CLIENTELA Y LA CREACION DEL DESEO DE VOLVER.