



## **Calidad de servicio y atención al cliente en hostelería**

## Calidad de servicio y atención al cliente en hostelería

**Duración:** 60 horas

**Precio:** 420 euros.

**Modalidad:** e-learning

### Objetivos:

**OBJETIVOS:** “El cliente es lo más importante”. Sin duda, un buen eslogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero “del dicho al hecho...” ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones, etc. Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado. Este curso ofrece la formación necesaria para ser capaces de:

- Aprender a observar, escuchar y actuar.
- Conocer las percepciones propias y su influencia en la percepción de los clientes y en la creación de actitudes.
- Aprender una metodología de acción.
- Aprender a autocontrolar las emociones y utilizarlas correctamente y a tiempo.
- Incrementar la resistencia a la frustración personal.
- Aprender a transformar problemas en oportunidades de mejora.
- Aplicar metodología concreta para conseguir ofrecer atención excelente a los clientes.
- Superar situaciones conflictivas y tensionantes.
- Actuar con mentalidad de servicio hacia los clientes.
- Afianzar la buena imagen de la empresa.
- Motivación y participación de la empresa.

### Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno donde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail donde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

## Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

## Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



## Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

## Programa del curso:

### 1 La comunicación

- 1.1 Introducción
- 1.2 Naturaleza y definición
- 1.3 Tipos de comunicación
- 1.4 Elementos del proceso de la comunicación
- 1.5 El proceso de comunicación
- 1.6 Problemas de comunicación
- 1.7 Personalidades de los actores de la comunicación
- 1.8 Interacción de caracteres
- 1.9 Comportamientos
- 1.10 Las comunicaciones en el sector de la hostelería
- 1.11 La comunicación en la atención al cliente
- 1.12 La imagen de la empresa - imagen corporativa
- 1.13 Cuestionario: La Comunicación

### 2 La comunicación oral y no verbal

- 2.1 La comunicación oral
- 2.2 Características principales de la comunicación oral
- 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva
- 2.4 Reglas para hablar bien en público
- 2.5 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 2.6 Ejercicio de reflexión
- 2.7 Cuestionario: La Comunicación oral y no verbal

### 3 Qué significa atención al cliente

- 3.1 Las motivaciones empresariales
- 3.2 La empresa orientada hacia el cliente
- 3.3 Coste de un mal servicio al cliente
- 3.4 Significados de servicio al cliente
- 3.5 Atención personal
- 3.6 La importancia de la empresa en la atención personal
- 3.7 Cuestionario: Qué significa servicio al cliente

## 4 Tipos de servicios

- 4.1 Definición de servicio
- 4.2 El servicio al cliente
- 4.3 Las actividades del servicio al cliente
- 4.4 El servicio al cliente y la calidad
- 4.5 El cliente y el consumidor
- 4.6 Empresas que dan servicio al cliente
- 4.7 Cuestionario: Tipos de Servicio

## 5 Fases del servicio al cliente

- 5.1 Fases
- 5.2 Investigación de mercado
- 5.3 La situación de pre-pedido o pre-compra
- 5.4 La compra y el pedido
- 5.5 El periodo de tiempo entre el pedido y la entrega
- 5.6 Embalaje y presentación
- 5.7 Exactitud y adecuación de las entregas
- 5.8 Realización de cobros
- 5.9 Servicio o apoyo posventa
- 5.10 Tratamiento de las reclamaciones
- 5.11 Cuestionario: Fases del servicio al cliente

## 6 El producto

- 6.1 Concepto de producto
- 6.2 Cualidades de los productos
- 6.3 Importancia del conocimiento del producto
- 6.4 Clasificación de los productos
- 6.5 Ciclo de vida del producto
- 6.6 Reposicionamiento del producto
- 6.7 Obsolescencia planificada
- 6.8 Estacionalidad
- 6.9 Productos diferenciados y productos de competencia perfecta
- 6.10 Producto puro y producto añadido
- 6.11 Competencia directa y producto sustitutivo
- 6.12 La importancia de la marca
- 6.13 Gama y línea de producto
- 6.14 El cliente, el profesional y el destino turístico
- 6.15 El sector de la hostelería como producto
- 6.16 Cuestionario: El producto

## 7 El perfil del profesional

- 7.1 Introducción
- 7.2 Personalidad del vendedor
- 7.3 Clases de vendedores
- 7.4 Los conocimientos del vendedor
- 7.5 Motivación y destreza
- 7.6 Análisis del perfil del vendedor
- 7.7 El papel del vendedor
- 7.8 Habilidades sociales
- 7.9 Cuestionario: El perfil del profesional

## 8 Errores más frecuentes en la atención al cliente

- 8.1 No dejar hablar al cliente
- 8.2 Relajar su indumentaria
- 8.3 Revender

- 8.4 Hablar mal de la competencia
- 8.5 Prometer más de lo que podemos prometer
- 8.6 Hablar con imprecisión
- 8.7 Forzar el cierre
- 8.8 No realizar seguimientos
- 8.9 Cuestionario: Errores más frecuentes en la atención al cliente

## **9 Tipos de clientes**

- 9.1 El cliente en la cadena de abastecimiento
- 9.2 El cliente interno
- 9.3 Organizaciones sin clientes
- 9.4 Tipologías de los clientes
- 9.5 Cuestionario: Tipos de clientes

## **10 Cara a cara con el cliente**

- 10.1 Introducción
- 10.2 El respeto como norma
- 10.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara
- 10.4 Cuándo y cómo empezar
- 10.5 Cómo actuar
- 10.6 Ofrecer información y ayuda
- 10.7 Cuestionario: Cara a cara con el cliente

## **11 El cliente difícil**

- 11.1 Introducción
- 11.2 Tenemos los clientes que nos merecemos
- 11.3 El cliente aparentemente visceral
- 11.4 El rechazo visceral
- 11.5 El cliente verdaderamente difícil
- 11.6 Problemas de carácter permanente
- 11.7 La relación imposible
- 11.8 Cuestionario: El cliente difícil

## **12 Quejas y reclamaciones**

- 12.1 Manejo de las emociones
- 12.2 Tratamiento del problema
- 12.3 Despedida
- 12.4 Aprender de la experiencia
- 12.5 Cuestionario: Quejas y reclamaciones

## **13 Técnicas de autocontrol**

- 13.1 Las habilidades de autocontrol
- 13.2 El manejo de las emociones
- 13.3 Cuestionario: Cuestionario final