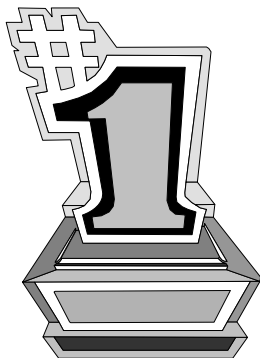




Ontology Training de México, presenta el curso de



# “CALIDAD EN EL SERVICIO”

## **Objetivo:**

Desarrollar en los participantes las actitudes y habilidades necesarias para dar un servicio de calidad que supere las expectativas de los clientes internos y externos a fin de posicionar la empresa como la mejor opción en la mente de los clientes.

## **Importancia Estratégica del Curso:**

Un elemento fundamental en el éxito o fracaso del desarrollo personal o empresarial, es el SERVICIO. Una persona que tiene capacidad de servicio, es una persona que se valora, se distingue, se reconoce, se prefiere, se elige y se busca estar cerca de ella, para recibir los beneficios de su forma profesional de ser y de actuar.

Hoy en día, las empresas requieren cada vez más contar con personal que tenga una actitud de servicio. Su éxito depende cada día más de su capacidad de distinguirse por el servicio a sus clientes, ya que las características técnicas de los productos, son cada vez más similares entre los diferentes competidores, por lo que lograr que un cliente perciba la diferencia por el servicio que recibe, es lo que provocará su preferencia y lealtad.

Para que una empresa tenga éxito, la actitud de servicio debe estar presente, tanto para los clientes internos, como externos.

En este curso encontraremos elementos que nos ayudarán a desarrollar una actitud de servicio en el personal.

## **Contenidos:**

Módulo I “El Servicio como Ventaja Competitiva”

1. ¿Qué es servicio? ¿Qué es Calidad en el Servicio? ¿Qué significa un servicio sorprendente?
2. El Valor del Servicio Hoy
3. Competencia VS Competitividad.
4. ¿Sabe Ud. Quienes son sus clientes? ¿Sabe qué esperan de Ud.?
5. El servicio en los diferentes ámbitos de la vida.
6. La sinergia en el servicio.

Módulo II “Actitudes y Valores del Servicio”

---

*Ontology Training de México, S.A. de C.V.*

Av. Del Rey # 29 La Alteza Naucalpan, Edo. de México C.P. 53116

Tels. 5393-8416 y 5562-4588 email: ontologia@prodigy.net.mx



1. Triángulo del Desarrollo en las Personas.
2. Los valores y su impacto en la conducta individual.
3. Importancia de las actitudes en el servicio.
4. Importancia de alinear los valores personales a los de la empresa.
5. Los Valores del Servicio.

#### Módulo IV “Momentos de Verdad ,Cadena de Valor y Ciclos de Servicio”

1. Lo que los clientes y proveedores esperan del servicio.
2. Tres puntos clave del servicio.
3. Ciclos de servicio.
4. Momentos de Verdad.
5. Lluvia de ideas para mejorar la imagen de servicio de la empresa.
6. Las diez dimensiones de un servicio de calidad.
7. Mis compromisos de servicio a partir de hoy.

### **Características del Programa:**

- El curso es de 16 horas y está diseñado para grupos de máximo 30 participantes.
- Es impartido por un instructor profesional, especialista en el tema.
- Es un curso ágil, participativo, dinámico e interesante de principio a fin.
- Los asistentes obtendrán un manual con resumen de conceptos y un diploma de participación.

Si desea una cotización sobre este programa, por favor póngase en contacto con nosotros en [info@ontologytraining.com](mailto:info@ontologytraining.com)

### **Nuestra Forma de Operar:**

1. Vigencia de la cotización: 30 Días.
2. El programa está diseñado ser impartido en las instalaciones de la empresa ó bien en algún otro lugar que contraten, siempre y cuando los salones reúnan las características de espacio y logística necesarios, incluyendo las sillas, el agua, café, galletas y los sanitarios adecuados a la cantidad de participantes
3. En caso de llevarse a cabo fuera de la Ciudad de México, los precios mostrados en esta cotización no incluyen los viáticos, el transporte y el hospedaje para el instructor y su equipo de apoyo.
4. Se requiere de un anticipo del 50% del monto total contratado a ser pagado al momento de solicitar nuestros servicios; el saldo restante será pagado 8 días antes del evento. Existe un cargo del 40% por cancelación o cambio de fecha una vez que esta haya sido fijada de común acuerdo con el cliente.

*“En el nuevo siglo, la calidad empieza con el cliente, el cual establece todas las definiciones y criterios de la calidad en el servicio, y recompensa a las empresas y personas por crear valor, no solo por seguir procedimientos...”*

*Aldous Huxley*