


GESTIÓN EMPRESARIAL
CURSO ONLINE:

SERVICIO AL CLIENTE EN TIEMPOS DE DELIVERY

OBJETIVOS

El taller busca interiorizar en los participantes la importancia de su rol en la **“experiencia de los clientes del servicio de Delivery”**, potenciar las habilidades para brindar un servicio excepcional y garantizar un valor agregado; incrementar el nivel de desempeño y compromiso de las personas que participan en este proceso, desarrollar una mejor comunicación, consolidar el espíritu de equipo e implementar pasos ágiles que garanticen experiencias positivas que se traduzcan en la recomendación del cliente.

Reconocer aquellas situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que proveen los colaboradores al momento de recepcionar un pedido y lo que los clientes esperan como resultado final. Compartir estándares claros para influir positivamente en las experiencias de los clientes en el servicio de Delivery.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Todo el personal que día a día se contacta con distintos tipos de clientes al momento de recepcionar, procesar y entregar un pedido. Jefes, líderes y supervisores de atención al cliente.

CARGA HORARIA

12 horas reloj, 4 sesiones on-line de 2 horas y 4 horas de trabajo individual.

METODOLOGÍA

Actividades previas al taller: Envío de material de estudio por correo electrónico, incluyendo lecturas y actividades que serán empleadas en las sesiones en línea.

Sesiones online en vivo: Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.

Actividades posteriores a las Sesiones en vivo: Evaluaciones. Lecturas de apoyo. Trabajos prácticos individuales y en equipo. Análisis de casos. Auto-diagnósticos y respuesta a consultas por parte del instructor.



TALENTUM

CENACE
Unidad de Educación Continua
UPSA



GESTIÓN EMPRESARIAL

CURSO ONLINE:

SERVICIO AL CLIENTE EN TIEMPOS DE DELIVERY

CERTIFICACIÓN

Se entregará un certificado de asistencia avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra UPSA. Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima y presentación de los trabajos del 80%.

CONTENIDO

CAPÍTULO 1: EL ROL QUE DESEMPEÑAMOS EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE DELIVERY

- ¿Cómo se comportan actualmente los clientes? ¿Por qué es necesario GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS EN EL SERVICIO DE DELIVERY?
- Análisis de la experiencia de un cliente en el servicio de Delivery, caso práctico para entender el contexto en el cual nos desenvolvemos actualmente.
- La “experiencia del cliente” y el rol que juega en la organización.
- Analizando clientes que viven “buenas experiencias” y sus potenciales beneficios.
- Analizando clientes que viven “malas experiencias” y sus devastadoras consecuencias.
- Reconocer donde se generan los abismos entre lo que se provee y lo que los clientes esperan. ¿Qué hacer para evitar su recurrencia y hacer la diferencia?
- Cómo conseguir la agilidad en recepción y entrega de Pedidos.
- Atendemos en función a nuestra forma de ser: Análisis y auto-diagnóstico de estilos de personalidad y cómo estos influyen en la experiencia que brindamos.
- Las 3 leyes que nos permiten generar experiencias positivas en el servicio: Tips para aplicarlas correctamente con el objetivo de generar la recomendación de los clientes.

CAPÍTULO 2: HABILIDADES Y TÉCNICAS PARA GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS EN EL SERVICIO DE DELIVERY

- Calidad en la “experiencia de cliente” ¿Qué aspectos engloba este concepto?
- ¿Qué rol desempeñas y cuál es tu impacto en una experiencia de calidad?
- MOMENTOS DE VERDAD, ¿Qué son y como impactan en la experiencia que generamos?
- ¿Cómo se debe trabajar en los MOMENTOS DE VERDAD?


GESTIÓN EMPRESARIAL
CURSO ONLINE:

SERVICIO AL CLIENTE EN TIEMPOS DE DELIVERY

- Generando EXPERIENCIAS POSITIVAS EN EL SERVICIO para lograr la RECOMENDACIÓN de los clientes.
- Modelo GPS para GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS en el Delivery:
 - Generar un clima de confianza manteniendo una comunicación continua con transparencia y claridad.
 - PNL (PROGRAMACIÓN NEURO-LINGÜÍSTICA) para entender como la comunicación (verbal y no verbal) impacta en la primera impresión y al momento de generar sintonía con el cliente. Herramientas prácticas que permitan potenciar habilidades y aplicaciones de una comunicación centrada en las personas a través de la escucha, empatía y asertividad.
 - Preguntar y escuchar, entiendo las necesidades del cliente y con una permanente disponibilidad para aclarar dudas.
 - Solucionar problemas inmediatamente, entendiendo el problema y asumiendo responsabilidad.
- Actitud, la verdadera diferencia para lograr EXPERIENCIAS POSITIVAS.

FACILITADOR

Miguel Alberto Flores Z.

Licenciado en Administración de Empresas con un Diplomado en Educación Superior, cuenta con una especialidad de Coaching de Ventas, Neuroventas y PNL. Es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Experto en Gestión de Servicio al Cliente y Auditor Interno de Sistemas de Calidad según norma ISO 9001:2008. Ha sido certificado como **Customer Experience Expert CXM 360** por IZO (España). Facilitador Certificado con la norma internacional “COPC” (Customer Operation Performance Center) en la empresa de Telecomunicaciones TIGO. Trabajó en TIGO como **CUSTOMER PERFORMANCE CENTER**; formando a operadores de Atención al Cliente y Ventas a nivel nacional, se desempeñó como Director Nacional de la Universidad REMAX-BOLIVIA y socio consultor en TALENTUM.

Conferencista y facilitador con más de 10 años de experiencia en temas relacionados en ventas, experiencia del cliente y desarrollo personal trabajando con clientes como: BANCO BISA, TIGO (MILLICOM), BANCO GANADERO, REMAX, OPTICENTRO, ALICORP, IMCRUZ, MATSERVICE, CENACE - UPSA, TERBOL, AFP FUTURO DE BOLIVIA, CHEVROLET, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, CBN y otras.