

Gerencia de servicios



En la búsqueda de la excelencia, a las organizaciones se le han propuesto los más variados modelos y esquemas; sin embargo, últimamente está cobrando fuerza el enfoque de la gerencia del servicio, cuya aplicación está sujeta a la formación de una cultura de servicios capaz de involucrar a toda la organización.

La gerencia de servicios hace referencia al “triángulo del servicio” en el que se conjuga la estrategia, la gente y el resto de los componentes del sistema generador de valor para el cliente, pero así como necesitamos una orientación hacia el servicio externo, también necesitamos un modelo de servicio interno en el que se relacione la cultura, el liderazgo y la organización, sirviendo de soporte y dotando de coherencia a las actitudes y comportamientos individuales.

Si los miembros de la alta gerencia desean fomentar un sentido de trabajo en equipo y obtener la mayor efectividad de su personal, el triángulo del servicio puede ayudar a proyectar ese mensaje a todos los responsables de las unidades internas, quienes deberán considerar a sus empleados como sus propios clientes.

CONTENIDO

- Cultura de servicio Vs. Gerencia de servicios
- Caracterización del servicio
- El triángulo de servicio y sus momentos críticos
- El cliente: características, expectativas y percepciones
- La gente y los valores rectores corporativos
- Estrategia del servicio
- Diseño del sistema del servicios
- El modelo SCRM
- Implantación del sistema de servicios
- Auditoría del sistema de servicios

Propósito:

La idea fundamental del servicio interno resulta atractiva inmediatamente para casi todos los gerentes, pero la mayoría considera que es una tarea casi imposible modificar las actitudes del personal para aplicar un modelo de servicios en la organización.

Por ello, en este seminario se abordará con sentido crítico lo que las organizaciones están haciendo en materia de servicios y el por qué se está haciendo de esa manera. Se descubrirán los obstáculos que normalmente interfieren para la puesta en marcha del sistema de servicios, ayudando a los participantes a analizar sus operaciones desde un nuevo punto de vista y facilitando el diseño e implantación de una cultura de trabajo que satisfaga tanto a los clientes externos como a los propios trabajadores encargados de satisfacer esas necesidades

Dirigido a:

- Directores, gerentes funcionales y supervisores en las áreas de servicios al cliente, comercialización, venta y postventa.
- Gerentes de recursos humanos, operaciones, logística, mantenimiento, calidad y otros servicios conexos.
- Gerentes en desarrollo o quienes aspiren liderar proyectos de cambio organizacional

CONTACTO

cieg@grupocieg.org

www.grupocieg.org