



Descripción del Curso

El curso está diseñado para proporcionar a los participantes la estrategia que les ayude a identificar el nivel de servicio adecuado a cada Cliente de acuerdo al valor que genera a la Compañía.

Objetivo del curso

Al terminar el curso el participante comprenderá las herramientas y podrá ser capaz de aplicarlas para identificar y desarrollar el modelo adecuado de negocio para cada Cliente.

¿A quién va dirigido?

A todos los miembros de la organización con responsabilidad en procesos de manufactura o de servicios, tales como Ventas, Servicio al Cliente, Producción, Calidad, Mantenimiento, Ingeniería, Diseño, Compras y Planeación, que busquen identificar de manera sistemática y proactiva, como pueden contribuir en generar valor para el Cliente.

Contenido

1. Introducción
2. Definir la Segmentación de Clientes y el Crecimiento de Ventas
3. Identificación de oportunidades de los Clientes Principales
4. Implementación de Estrategias para las oportunidades
5. Implementación del Customer Care Model
6. Adaptación de los Procesos Actuales

Material incluido

- Lista de asistencia
- Material para cada uno de los participantes
- Examen de conocimientos
- Constancia DC-3
- Evaluación Curso-Consultor
- Reporte de Calificaciones

Duración del curso

- 24 Horas

Número de Participantes

- Máximo 12 Colaboradores

Modalidad del curso

- Presencial / Online en Vivo