

# Calidad de servicio y atención al cliente en hostelería

## 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.

## Indice

### 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