

## Estrategia de servicio

Versión en línea

**Nota:** Este curso es en la modalidad en línea a través de la herramienta Zoom. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que permita reproducir audio y video y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horario publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante sólo tendrá acceso a las sesiones del curso en el grupo al cual se haya inscrito.

### EXPOSITOR

#### **Gustavo Martínez Pellón**

Candidato a Doctor en Responsabilidad Social por la universidad ANAHUAC; BA y MBA egresado del ITAM. Cursos de especialización en estrategia y marketing en Seminarium, Stanford University, Georgetown University y Kellogg School of Management. Es profesor invitado en diversas universidades y empresas de México, Centro y Sudamérica, a nivel de Maestría, Diplomados, Educación Ejecutiva y Programas para Pymes. Colabora con las empresas en las áreas de Estrategias de Negocios y Estrategias de Marketing. Se especializa en Customer Centricity: estrategia de negocios centrada en los clientes, y Customer Service: estrategia de servicio, como crear una cultura de servicio en las empresas.

### INTRODUCCIÓN

#### **El servicio superior no se improvisa**

En una crisis económica, la única apuesta segura es cuidar a los clientes. Sin embargo, la mayor parte de los sistemas, políticas y procesos de las empresas están diseñados a conveniencia de la empresa, no de los clientes. Con el método adecuado, la calidad de las experiencias que se ofrecen a los clientes puede aumentar exponencialmente. En este curso se adquiere una metodología sistemática para mejorar inmediatamente el servicio en la organización, con herramientas específicas para trabajar con los líderes (gerentes y mandos medios) y con toda la fuerza de trabajo. El servicio excepcional es un sistema y una estrategia de negocios que puede aprenderse, cultivarse y enseñarse disciplinadamente a toda la organización. Es una cultura que se construye cada día y que necesita método, constancia y enfoque.

### OBJETIVO

Los participantes aprenderán a desarrollar una estrategia de servicio que reporte una ventaja competitiva para su empresa.

## DIRIGIDO A

El curso está dirigido a los encargados de diseñar las estrategias de servicio para los clientes, encargados de mercadotecnia y de las operaciones del negocio, y quienes quieran dominar las habilidades cruciales para mejorar la calidad del servicio a los clientes en su organización.

## TEMARIO

### 1. Introducción al modelo de servicio

- Concepto de servicio a los clientes
- Estrategia de negocios por medio del servicio a los clientes
- Conceptos de estrategia de servicio y de cultura de servicio
- Principios para desarrollar un modelo de servicio basado en la combinación de estructuras (procesos, políticas y sistemas diseñados a conveniencia de los clientes) y personas capacitadas que ejecuten el modelo

### 2. Estrategia de servicio

- Diferencia entre producto y servicio
- El servicio superior como arma de mercadotecnia y poderosa diferenciación en el mercado
- Ideas clave en la estrategia de servicio
- Marco estratégico para construir una cultura de servicio

### 3. Casos de éxito en la estrategia de servicio

- *Metro Bank*
- Análisis de brechas

### 4. Cultura de servicio

- Fans o clientes
- Cómo se gana un fan
- Qué es la cultura de servicio
- Pilares para alcanzar la cultura de servicio
- Efecto *wow!*

## DURACIÓN

16 horas

INFORMES: Lunes a viernes de 8:00 a 20:00 h, Tel. 5628 4185, sin costo desde el interior: 01800 398 4826  
Av. Camino a Santa Teresa 930, Col. Héroes de Padierna, 10700, México, D.F.  
Programación y precios sujetos a cambios sin previo aviso.

El ITAM se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas que no cumplan con el quórum mínimo requerido.

Consulte nuestra programación en:

[www.desarrolloejecutivo.itam.mx](http://www.desarrolloejecutivo.itam.mx)