FICHA WEB DEL CURSO
BASES DE SERVICIO AL CLIENTE

Nombre del curso	Bases de servicio al cliente
Código del curso	LPSC-BSC
Reseña corta	En un mundo cada vez más globalizado y con productos y servicios muy similares, el Servicio al Cliente emerge como la variable diferenciadora clave ¿Por qué? ¿Cuál es su lugar entre las variables logística y en el mapa de la Supply Chain? ¿Cómo se mide? ¿Cómo se audita? ¿Cómo se desarrolla un tablero de indicadores alineado con la estrategia de la empresa?
Mediador	Ignacio Sánchez Chiappe
Duración	20 horas (En un lapso de 3 semanas)
Sesiones de asistencia	Tres en el lapso del curso
Modalidades de estudio	A distancia con el soporte del Campus Virtual • Autodirigido (Recorrido de la ruta de aprendizaje sin acceso a foro o facilidades de comunicación, no contempla evaluación ni certificado) • Autodirigido con asistencia tutorial (Recorrido de la ruta de aprendizaje más acceso a foro y facilidades de comunicación bajo pedido en plataformas de videoconferencia y teleclase) • Adición de evaluación y acreditación (Incluye lo previsto en acompañamiento y se adiciona la posibilidad de participar en la evaluación, recibir realimentación y obtener acreditación si alcanza la calificación aprobatoria)
Introducción	El nivel de Servicio al Cliente elegido dirige y regula la totalidad de la estrategia logística. De manera similar, la Supply Chain tiene por objetivo la creación de valor a partir de la integración de los procesos clave. Una vez que se define la estrategia se articulan los componentes que ayudan en la implementación. Se determinan los indicadores a partir de las variables seleccionadas por la empresa para destacar respecto a sus competidores o para separarse de ellos definitivamente. Luego se auditan esos procesos para saber si se adecuan a las necesidad de los clientes externos e internos y se desarrollan cursos de acción para lograr la mejora continua
Dirigido a	A quienes comprenden el valor estratégico del servicio al cliente y

	lo quiere transformar en la columna vertebral de la estrategia de su empresa. El servicio al cliente toca todos los aspectos y variables operativas en cualquier empresa. Los productos y los servicios como tales se han estandarizado y la diferenciación específica que ellos logran es de muy corta vida. Al haber entrado en una época donde la información y las redes sociales transmiten experiencias de manera instantánea y globalmente, el servicio es la variable clave diferenciadora. Sin importar el área donde trabajen actualmente, todo puede confluir en este “momento de la verdad” que resulta cuando el cliente percibe la calidad del servicio brindado.
Propósito	Formar profesionales de las áreas internas de una empresa para que comprendan y se sensibilicen sobre la importancia única de esta potentísima herramienta competitiva.
Contenidos	Tema 1: Aspectos generales del servicio al cliente Tema 2: Atributos (Visiones, elementos e indicadores) Tema 3: Auditoría (Objetivos, tipos y metodología)
Recursos	• Lecciones con recursos multimediales en formato de imágenes, gráficos, recursos sonoros, audiovisuales y videotutoriales • Posibilidad de interacción en las lecciones para una navegación amigable y adaptable al ritmo de cada estudiante • Opciones para parar, avanzar, repetir y navegar según la necesidad del estudiante • Enlace a recursos adicionales en la web • Documentos adjuntos de interés
Facilidades	• Campus virtual con posibilidades de: ◦ Acceso a lecciones con contenidos y recursos ◦ Navegación interactiva ◦ Espacios de comunicación con el tutor • Flexibilidad para avanzar en el aprendizaje desde cualquier lugar y en cualquier momento • Evaluación con realimentación y posibilidad de acreditación
Evaluación y acreditación	• Formativa: ejecución de cuestionarios en el transcurso del recorrido de la ruta de aprendizaje, con realimentación. No tiene incidencia en la calificación final • Sumativa: ejecución de cuestionarios y actividades cuyo resultado tiene incidencia en la calificación final • Una vez culminada la evaluación podrá optar al diploma correspondiente