



Programa de Especialización
**Gestión de Servicio
al Cliente**



INSTITUTO PARA LA
**CALIDAD
PUCP**

calidad.pucp.edu.pe

Programa de Especialización

Gestión del Servicio al Cliente



Sobre nuestro programa



Duración
2 meses



Modalidad
Online



Certificado

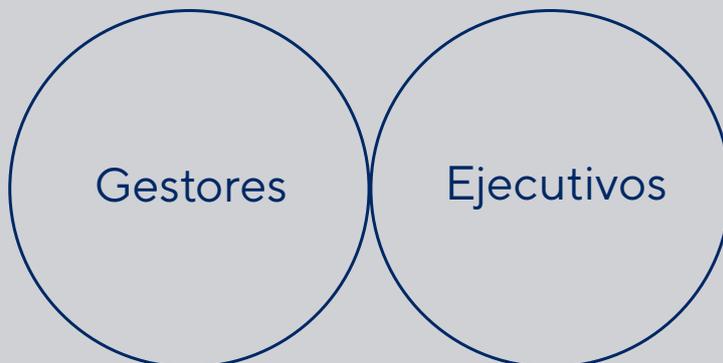
Las organizaciones modernas implementan sistemas de gestión de la calidad coherentes con una cultura organizacional **enfocada en el cliente**. Para lograr ello, es importante el **desarrollo de estrategias** que permitan determinar las **expectativas del cliente**, proporcionar una experiencia en todos los canales y medir los **indicadores de satisfacción** en relación con la **calidad del servicio** que recibe.

En este proceso, el **factor humano** es fundamental, ya que requiere la participación del equipo de colaboradores para actuar de manera decidida en el **manejo integral de las relaciones con el cliente** mediante el control de situaciones complejas, el manejo de las técnicas de negociación, la aplicación de estrategias para la omnicanalidad y el entendimiento de los lineamientos para fidelizar al cliente. De esta manera, se puede contribuir de manera eficiente y efectiva con el **logro de los objetivos estratégicos y la rentabilidad de la organización**.



Programa de Especialización en Gestión de Servicio al Cliente (formato digital) a nombre de la *Instituto para la Calidad de la Pontificia Universidad Católica del Perú.*

Perfil del participante



y profesionales interesados en **implementar estrategias de gestión de servicio al cliente** en el sector público y privado.



Objetivo

- Contribuir con el fortalecimiento de las competencias profesionales para la implementación de estrategias y herramientas de calidad de servicio al cliente como factor esencial de diferenciación en su organización.

Perfil del egresado

El egresado desarrollará las siguientes **competencias**:

- Identifica la importancia de la calidad de servicio que se brinda a los clientes como factor esencial para el logro de los objetivos estratégicos organizacionales.
- Aplica la planeación estratégica para la administración del servicio en un marco de orientación hacia el cliente con la finalidad de obtener ventajas competitivas para la organización.
- Aplica la metodología más adecuada para la medición de la calidad en el servicio al cliente presencial y digital.
- Aplica estrategias y herramientas de alto impacto para la facilitación del servicio al cliente considerando la experiencia del cliente, la omnicanalidad y los derechos del consumidor.



REQUISITOS

- Ficha de inscripción, firmada.
- Compromiso de honor, firmado.
- DNI (copia legible).
- Copia de bachiller o título profesional.
- CV (no documentado).
- Carta de compromiso de la empresa (solo en caso la empresa financie el programa).
- Se recomienda dedicación de horas adicionales a las formalmente propuestas en la estructura curricular, para un óptimo desempeño académico.
- Lectura previa de las Reglas de Actividades para Formación Continua del Instituto para la Calidad.

Transformación a través de la experiencia

Durante el proceso formativo se encontrará inmerso en una experiencia de transformación enfocada en la mejora continua de sus desempeños profesionales a través de una ruta de aprendizaje que parte de la práctica y está orientada a la práctica.

Modulo

1

Cultura orientada al cliente

Comprende la importancia de la cultura organizacional orientada a la calidad en el servicio al cliente como factor esencial de diferenciación para su organización.

WORKSHOP: UN DÍA EN LA VIDA DEL CONSUMIDOR

2

Estrategias de servicio al cliente

Aplica la planeación estratégica para la administración del servicio en un marco de orientación hacia el cliente con la finalidad de obtener ventajas competitivas para la organización.

WORKSHOP: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL SERVICIO

3

Medición de la calidad en el servicio

Conoce un modelo de medición de la calidad en el servicio y satisfacción del cliente como herramienta de mejora continua de la atención al cliente.

WORKSHOP: MEDICIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

4

Relación con el cliente

Brinda espacios para el modelado de estrategias de alto impacto para la facilitación del servicio al cliente.

-ROLE PLAY: DERECHOS DEL CONSUMIDOR

- WORKSHOP: MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE





Docentes*



Liliana Gianina Monteverde Cerruti

Magister en Dirección y Administración de Empresas (Universidad Internacional de la Rioja - España). Administrador de Empresas (UL). Especialización en Gestión e Ingeniería de la Calidad (PUCP). Experiencia en liderazgo de Gerencia en Unidades de Negocio, Servicio al Cliente, Calidad y Procesos, en empresas transnacionales y nacionales líderes en el mercado de servicios y producción.



Jorge Luis Muñoz Quispe

Magister en Dirección de la Comunicación Empresarial e Institucional (U. Autónoma de Barcelona). Comunicador Social (UL). Especialista en Dirección de la Comunicación Interna Organizacional (UP), Comunicación y Relaciones Públicas (USMP), Gestión de los Recursos Humanos (PUCP), Diseño y Gestión de proyectos Sociales (PUCP). Experiencia en Río Tinto Minera, Agro Ind. Paramonga S.A. Actualmente Gerente de Comunicación e imagen en ALEMCAR Construcción e Inmob. SAC.



Margarita Olazábal Gómez de la Torre

Máster en Administración de Empresas (INCAE - Costa Rica). Licenciada en administración de empresas (UCSM). Certificada en Scrum Master (SCRUMstudy) y CX Metrics, ROI & Economics (Clientrika). Especialista en Customer Experience Management (Pacífico Business School e IZO). Experiencia en retail. Miembro del Customer Experience World Games 2020 y 2023. Consultora independiente. Docente.





Docentes*



José Carlos Purizaca Vega

Magíster en Derecho Civil y Comercial (UNFV). Abogado (UNFV). Bachiller en Ciencias de la Educación (UNE). Egresado del Doctorado en Derecho (UNFV), Especialización en Consumidor y Empresa (Universidad Complutense de Madrid-España). Experiencia en gestión de equipos de Atención al Ciudadano, Servicio Jurídico, Protección al Consumidor y de Capacitación. Actualmente, Director de la Escuela Nacional de Competencia y Defensa de la Propiedad Intelectual del INDECOPI.



Julissa Vidal Alvarado

Magíster en Dirección Estratégica de la Comunicación Empresarial (UPC) y el Instituto Joan Costa (España). Licenciada en Comunicación con mención en Marketing y Publicidad (UL). Master en Dirección estratégica de Marketing y Gestión Comercial (UPC) y la Escuela de Organización Industrial (EOI - España). Profesional con más de 20 años de experiencia en gestión de proyectos de marketing y publicidad y con más de 15 años como consultor en los sectores de telecomunicaciones, banca y consumo masivo. Docente en temas de CRM y Marketing Relacional, Servicio al Cliente, Investigación de mercados y Comportamiento del consumidor. Miembro de la Sociedad Peruana de CRM.





INSTITUTO PARA LA
CALIDAD
PUCP

Av. Universitaria 1801 - San Miguel

Correo: informes.calidad@pucp.pe

www.calidad.pucp.edu.pe