



## Calidad de Servicio en Atención al Huésped

<b>Fecha:</b> 19 de Mayo al 7 de Julio de 2010	<b>Lugar:</b> Escuela Superior de Hotelaría y Gastronomía
<b>Disertante:</b> Lic. Maria Ángeles Dimauro	<b>Horario:</b> 17 a 20 hs

### **Fundamentación**

Cuáles son los **conceptos básicos de la calidad de Servicio?**. En primer lugar Atención personalizada al Huésped, unificación de criterios en lo que respecta a la noción de Cliente y a su importancia para la rentabilidad de la empresa.

Es fundamental que en la actualidad se comprenda que el grado de competitividad y de productividad de una empresa (sea cual fuere el área de que se trate) se remite en primera instancia al valor que se le agrega al producto o servicio que se Gestiona. Ese valor se denomina **Servicio**. El servicio tendrá en cuenta como concepto pilar, las *necesidades y expectativas del Cliente*, quien día a día nos dice: Vivirás o Morirás. Poner al alcance de la mano del Cliente un servicio con un alto valor agregado (claridad, precisión en la información, honestidad, agilidad y rapidez en las respuestas, capacidad de empatía por parte del personal de contacto) hará que los niveles de satisfacción del Cliente aumenten a medida que el servicio vaya superando las expectativas del mismo.

### **Objetivos :**

- Contextualizar al personal de contacto de la organización dentro del Mercado actual del tercer sector
- Comprender el funcionamiento del Cliente en este contexto.
- Mejorar la Atención al Cliente, optimizándola en función de los parámetros de eficiencia y eficacia.
- Brindar un servicio personalizado de Atención, unificando el circuito laboral apuntando al desarrollo del personal.
- Generar y comprender la importancia de la noción de cliente interno y su incidencia directa en la satisfacción del Cliente.



## **Programa analítico**

### **MODULO 1**

- 1. Contexto socio económico actual que sustenta el Paradigma de la Eficiencia y Eficacia.**
  - 1.1. Reglas del Mercado y de competitividad.
  - 1.2. Paradigma de eficiencia y eficacia en el mercado hotelero
  - 1.3. Incidencia y correlación de los efectos de la competitividad en el Mercado, la empresa, los puestos de trabajo y el hombre. Su correlación.
- 2. Principios fundamentales de la Calidad de Servicio.**
  - 2.1. Qué es la Calidad.
  - 2.2. Qué es la Calidad para la Organización.
  - 2.3. Qué es la Calidad para el Cliente.
  - 2.4. Ventajas y desventajas de gestionar con un Sistema de Calidad.
  - 2.5. Motivos por los cuales debemos planificar estratégicamente.
  - 2.6. Pasos metodológicos de desarrollo estratégico en las Areas de Trabajo

### **MODULO 2**

- 3. Psicología del usuario.**
  - 3.1. Descripción detallada del cliente de servicios.
  - 3.2. Necesidades y expectativas del Cliente
  - 3.3. Clases de necesidades.
  - 3.4. Reconocimiento de las necesidades y su incidencia en la satisfacción del Cliente.
  - 3.5. Funciones del personal de contacto.
- 4. Estilo y Contraestilo en la vinculación con el Cliente**
  - 4.1. Tipología del Cliente
  - 4.2. Estilos de contacto con diferentes Clientes
  - 4.3. Manejo de contacto de acuerdo al estilo presente.
- 5. Importancia de la Fidelización del Cliente. Indicadores Comportamentales de atención.**
  - Sistemas de Calidad: pre y post- servicio. La determinación del valor de cada Cliente.
  - Proceso básico de formación de contrato entre Cliente y personal de contacto. El momento de la verdad.
  - Consecuencias del no cumplimiento del mismo y aspectos positivos de dicho contrato.
  - Factores críticos de éxito y atributos principales de preferencia del servicio por parte del Cliente.

### **MODULO 3**

- 6. El Cómo y Porqué del Servicio de Calidad.** (Diagrama de atención al Cliente). La Honestidad como única política. Qué implica hacer lo correcto.
- 7. Aprender a ejercitar un servicio cinco estrellas.** Modelo de las 5 reglas inquebrantables.



- 7. Estrategias que sustentan la Calidad en el Servicio** (*Percepción, escucha efectiva, Comunicación verbal, no verbal y actitudinal*).
- Indicadores actitudinales y Comportamentales.
  - Pautas para una escucha efectiva
  - Axiomas de la comunicación y criterios para una comunicación eficaz.
  - Palabras persuasivas y frases complacientes.
  - Las situaciones frente a frente.
  - Manejo de quejas y reclamos. Cómo resolver los problemas en un servicio de Calidad
  - Atención telefónica.

#### **MODULO 4**

- 8. Noción e importancia de cliente y proveedor interno.**
- Definición de Cliente Interno y de proveedor interno
  - Implicancia e importancias para la organización y para el mejor rendimiento.
- 9. La calidad de Servicio en el trabajo. Trabajo en Equipo.**
- Trabajo en Equipo. Actitudes y comportamientos que propician la calidad de Servicio en el Equipo de trabajo.
  - Conformación del Equipo de trabajo. Pautas para el buen funcionamiento del mismo.
  - Reglas de Oro para la Atención con Calidad dirigidas a Cliente interno y Externo.

Los diez pecados capitales del servicio al cliente.

#### **Estrategias**

Clases Magistrales teóricas con actividades individuales y grupales realizando procesos de Roll-Playing, debates abiertos, análisis de casos y círculos de discusión. Se utilizarán técnicas pedagógicas para la interacción de los participantes. Recursos materiales didácticos, como Cañón, Filminas y contenido impreso de ser necesario.

#### **Evaluación**

##### **Evaluación diagnóstica:**

Se establecerá una pre-entrevista con los alumnos participantes, para la evaluación y cumplimiento de los requisitos de ingreso al curso

##### **Evaluación formativa:**

Se solicitará la previa lectura del material desarrollado en las clases prácticas, para establecer el seguimiento de los contenidos.



### **Evaluación integradora:**

Se crearán espacios que permitan la integración de los contenidos desarrollados en las clases prácticas, con el objetivo de evaluar al alumno en cuanto a participación y capacidad teórica.

### **Bibliografía**

Desarrollo intelectual propio.-

### **Cronograma**

<b><u>Clase °</u></b>	<b><u>Tema</u></b>	<b><u>Actividad</u></b>	<b><u>Observaciones</u></b>
<b><u>1</u></b>	Contexto socio económico actual que sustenta el Paradigma de la Eficiencia y Eficacia	Teórico	Cañón
<b><u>2</u></b>	Principios fundamentales de la Calidad de Servicio	Teórico/Práctico	Cañón
<b><u>3</u></b>	Psicología del usuario	Teórico/Práctico	Cañón
<b><u>4</u></b>	Estilo y Contraestilo en la vinculación con el Cliente	Teórico/Práctico	Cañón
<b><u>5</u></b>	Importancia de la Fidelización del Cliente. Indicadores Comportamentales de atención.	Teórico/Práctico	Cañón
<b><u>6</u></b>	Importancia de la Fidelización del Cliente. Indicadores Comportamentales de atención.	Teórico/Práctico	Cañón
<b><u>7</u></b>	El Cómo y Porqué del Servicio de Calidad y Estrategias que sustentan la Calidad en el Servicio	Teórico/Práctico	Cañón
<b><u>8</u></b>	Noción e importancia de cliente y proveedor interno y La calidad de Servicio en el trabajo. Trabajo en Equipo.	Teórico/Práctico	Cañón



## **CALENDARIO**

<b>Clase</b>	<b>Fecha</b>	<b>Día</b>
1	19-may	Miércoles
2	26-may	Miércoles
3	02-jun	Miércoles
4	09-jun	Miércoles
5	16-jun	Miércoles
6	23-jun	Miércoles
7	30-jun	Miércoles
8	07-jul	Miércoles

COSTO: \$250 final