

Te presentamos una CPE diseñado para resultados...

Diseñado para que descubras ilimitadas oportunidades de negocios combinando el conocimiento, habilidades y la experiencia de una escuela de negocios de clase mundial, especializada en la formación online de directivos en más de 20 países.

Fase 1

1 COMPRESIÓN DEL MERCADO

- ¿POR QUÉ ESTUDIAR LOS SERVICIOS?
- ¿QUÉ SON LOS SERVICIOS?
- LA ETAPA PREVIA A LA COMPRA
- LA ETAPA DEL ENCUENTRO DE SERVICIO
- LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA MODERNA
- EL AMBIENTE CAMBIANTE DE LOS SERVICIOS
- ASPECTOS DISTINTIVOS DE LOS SERVICIOS
- ¿CÓMO DIFIEREN LOS SERVICIOS ENTRE SÍ?
- VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO DE SERVICIO
- ESTRATEGIAS DE SERVICIOS
- DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIOS
- CREACIÓN DE UNA EMPRESA LÍDER DE SERVICIO

2 MODELO DE SERVICIOS I

- PLANEACIÓN Y CREACIÓN DE SERVICIOS
- LA FLOR DEL SERVICIO
- DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS
- LA DISTRIBUCIÓN EN UN CONTEXTO DE SERVICIOS
- DECISIONES SOBRE EL LUGAR Y EL TIEMPO
- ENTREGA DE SERVICIOS EN EL CIBERESPACIO
- EL PAPEL DE LOS INTERMEDIARIOS
- DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL DE SERVICIOS
- COMUNICACIONES DE MARKETING
- EL PAPEL DEL DISEÑO CORPORATIVO
- COMUNICACIONES DE MARKETING E-INTERNET
- OPCIONES DE ENTREGA DEL SERVICIO

7 ESTRATEGIA DE SERVICIOS REDITUABLES I

- BÚSQUEDA DE LA LEALTAD DEL CLIENTE
- RELACIÓN ENTRE CLIENTE Y EMPRESA
- EL CÍRCULO DE LA LEALTAD
- ESTABLECIMIENTO DE UNA BASE PARA LA LEALTAD
- CREACIÓN DE VÍNCULOS DE LEALTAD
- DISMINUIR LA DESERCIÓN DE LOS CLIENTES
- ADMINISTRACIÓN DE RELACIÓN CON EL CLIENTE
- COMPORTAMIENTO DE QUEJA DEL CLIENTE
- RESPUESTAS ANTE UNA RECUPERACIÓN EFECTIVA
- SISTEMAS EFECTIVOS DE RECUPERACIÓN
- GARANTÍAS DE SERVICIO
- DISMINUCIÓN DEL ABUSO

8 ESTRATEGIA DE SERVICIOS REDITUABLES II

- ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y PRODUCTIVIDAD
- CALIDAD DE SERVICIO
- PROBLEMAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO
- MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
- MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD
- MEJORA DE PRODUCTIVIDAD DEL SERVICIO
- MARKETING EFECTIVO
- INTEGRACIÓN DE OPERACIONES Y RRHH
- CREACIÓN DE EMPRESA DE SERVICIOS LÍDER
- LIDERAZGO HUMANO
- ADMINISTRACIÓN DEL CAMBIO
- EL MODELO DE LAS BRECHAS

Fase 4

Fase 2

3 DIRECCIÓN DE CLIENTES DE SERVICIOS

- EL SERVICIO COMO UN PROCESO
- DISTINTOS RETOS A LA GERENCIA
- LOS CLIENTES Y LA OPERACIÓN DE SERVICIO
- EL SERVICIO COMO UN SISTEMA
- LA NATURALEZA DEL CONSUMO DEL SERVICIO
- NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL CLIENTE
- EL PROCESO DE COMPRA DE SERVICIOS
- ADMINISTRACIÓN DE ENCUENTROS DE SERVICIO
- EL CLIENTE COMO COPRODUCTOR
- LA BÚSQUEDA DE LA LEALTAD DE LOS CLIENTES
- SELECCIONAR UN PORTAFOLIO DE CLIENTES
- CÓMO ELEGIR LOS CLIENTES CORRECTOS

4 INTERFAZ SERVICIO AL CLIENTE

- PROPÓSITO DEL ENTORNO DE SERVICIO
- RESPUESTAS DE LOS CLIENTES
- DIMENSIONES DEL ENTORNO DE SERVICIO
- INTEGRACIÓN
- LOS EMPLEADOS DE SERVICIOS
- EL TRABAJO DEL PERSONAL DE CONTACTO
- CICLOS DE FRACASO, MEDIOCRIDAD Y ÉXITO
- ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS
- LIDERAZGO Y CULTURA DE SERVICIO
- REDISEÑO DE LOS PROCESOS DE SERVICIO
- EL CLIENTE COMO COPRODUCTOR
- PATRONES Y DETERMINANTES DE LA DEMANDA

9 DISEÑO DE VALOR ESTRATÉGICO I

- FUNDAMENTOS DE LA PLANEACIÓN
- PROCESO BÁSICO DE LA PLANEACIÓN
- NIVELES DE PLANEACIÓN
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
- PLANEACIÓN TÁCTICA Y OPERATIVA
- ALINEACIÓN DE LAS PLANEACIONES
- ÉTICA
- EL AMBIENTE NATURAL
- SOCIEDAD DE RIESGO
- ADMINISTRACIÓN ECOCÉNTRICA
- AGENDAS AMBIENTALES PARA EL FUTURO
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

10 DISEÑO DE VALOR ESTATÉGICO II

- EL AMBIENTE GLOBAL
- UNIFICACIÓN EUROPEA
- ESTRATEGIA GLOBAL
- PRESIONES PARA LA RESPUESTA LOCAL
- ELEGIR UNA ESTRATEGIA GLOBAL
- MODALIDADES DE INGRESO
- EXPORTACIÓN
- LICENCIAS
- FRANQUICIAS
- EMPRESAS CONJUNTAS
- ESPÍRITU EMPRENDEDOR
- INTRAPRENEURSHIP

Fase 5

Fase 3

5 MODELO DE SERVICIOS II

- ESTRATEGIAS DE ENTREGA DE LOS SERVICIOS
- SELECCIÓN DEL TIPO DE CONTACTO
- EL PAPEL DE LOS INTERMEDIARIOS
- LAS OSCILACIONES DE LA DEMANDA
- ADMINISTRACIÓN DE LA CAPACIDAD
- DETERMINANTES DE LA DEMANDA
- EL SIGNIFICADO DE LA TECNOLOGÍA
- APLICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA
- INTERNET EN LAS EMPRESAS DE SERVICIO
- GARANTÍAS DE SERVICIO
- FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

6 SISTEMAS DE ENTREGA DE SERVICIO

- LOS RECURSOS HUMANOS
- DISEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO
- EMPOWERMENT
- INTEGRAR LA PRODUCTIVIDAD
- DEFINICIÓN Y MEDICIÓN
- IDENTIFICAR Y CORREGIR LAS DEFICIENCIAS
- PREVENCIÓN Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- IMPACTO EN LA CALIDAD Y EL VALOR
- MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD
- COMPORTAMIENTO DE QUEJA DEL CLIENTE

11 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

- LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE
- LAS POLÍTICAS DE PRECIOS DE SERVICIOS
- TEMAS ÉTICOS
- OBJETIVOS PARA LAS POLÍTICAS DE PRECIOS
- FUNDAMENTOS DE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS
- PRECIO Y DEMANDA
- ESTRATEGIAS DE PRECIOS DE SERVICIOS
- EL ROL DE LAS COMUNICACIONES
- SERVICIOS VS. BIENES

12 MERCADOS COMPETITIVOS

- LA BÚSQUEDA DE LA VENTAJA COMPETITIVA
- ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO
- MAPAS DE POSICIONAMIENTO
- PLANEACIÓN Y CREACIÓN DE SERVICIOS
- MAPEO DE SERVICIO
- SERVICIOS SUPLEMENTARIOS
- CREACIÓN DE MARCA DE SERVICIOS
- DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS

Fase 6