

Convierte la atención al cliente en una experiencia de cliente

Comunicar con empatía, generar confianza y fidelizar desde el primer contacto.

 Online

 12 horas

Precio 1er inscrito : 1.100,00 € IVA exento
2º inscrito y sucesivos 990,00 € IVA exento
Bonificable por asistente: 156,00 €
Precio In-Company : 5.375,00 € IVA exento
Bonificable por grupo de 10 asistentes: 1.560,00 €

Ref.: 8509

- ¿Cómo hacer para diferenciarse por una calidad de atención, de contacto y de servicio incomparable?
- ¿Cómo comunicar a los clientes una imagen excepcional de la organización para diferenciarse de los competidores?
- ¿Cómo hacer el paso de tener clientes satisfechos a convertirse en empresa preferida por nuestros clientes?

Dirigido a:

- Profesionales que interactúan con clientes en entornos presenciales, telefónicos o digitales, y desean elevar su nivel de atención al cliente hacia una experiencia de cliente diferenciadora.
- Especialmente recomendado para perfiles de atención, servicio, soporte, recepción, venta o postventa tanto en entornos B2B como B2C que buscan desarrollar habilidades relacionales, de comunicación y digitales, alineadas con las expectativas actuales del cliente.

Llámanos
91 270 51 10

Contenido

1. La experiencia de cliente como estrategia de diferenciación

Objetivo: Comprender la experiencia de cliente como motor de fidelización y sostenibilidad.

- Qué es y qué no es Customer Experience (CX).
- El valor del Customer Experience Management.
- Roadmap CX: del contacto puntual a la relación sostenida.
- Tendencias actuales en experiencia de cliente.
- Experiencia omnicanal: coherencia entre canales presenciales y digitales.
- Introducción al uso de datos, tecnología y herramientas (CRM, IA, automatización).

2. Comprender al cliente: claves para personalizar el trato

Objetivo: Detectar expectativas, interpretar emociones y ofrecer un trato verdaderamente centrado en el cliente.

- El recorrido del cliente y los momentos de la verdad.
- Necesidades operativas vs. necesidades relacionales.
- Cómo leer entre líneas: emociones, lenguaje y contexto.
- Personas reales: tratar al cliente como individuo, no como trámite.

- Herramientas para mapear expectativas y percepciones.
- IA como apoyo para comprender feedback y personalizar respuestas (chatbots, análisis de texto).

3. La relación: generar confianza, empatía y consideración

Objetivo: Crear relaciones sólidas con cada cliente, más allá de la transacción.

- La primera impresión cuenta y se construye.
- Empatía activa: escucha, sincronía verbal y no verbal.
- Protocolo relacional y profesionalidad en el trato.
- Convertir quejas en oportunidades de relación.
- Herramientas de IA que pueden ayudarte a identificar emociones en tiempo real (opcional si aplica).

4. Influencia con integridad: cómo generar compromiso del cliente

Objetivo: Lograr la preferencia del cliente a través de una comunicación eficaz, clara y orientada a resultados.

- Dirigir la conversación con naturalidad y respeto.
- Argumentar con impacto, sin presión.
- Disipar dudas y objeciones manteniendo la relación.
- El poder de las palabras: tono, claridad y elección verbal.
- Apoyos digitales para reforzar la comunicación (plantillas, IA generativa, asistentes virtuales).

5. Fidelizar: anticipar, cumplir y diferenciarse

Objetivo: Consolidar la relación a largo plazo y generar fidelización genuina.

- Cumplir promesas (lo básico) y sorprender (lo memorable).
- Asesoramiento proactivo y personalización.
- Seguimiento y cuidado de la relación tras la venta.
- Estrategias para fidelizar: del hábito a la recomendación.
- IA para detectar señales de abandono o necesidades futuras (automatización, análisis predictivo).

Metodología

- Casos prácticos adaptados a cada entorno (B2B o B2C).
- Role-plays y simulaciones personalizadas.
- Herramientas digitales reales aplicadas al aula (CRM, IA generativa, asistentes virtuales, encuestas CX).
- Reflexión individual + compromiso de acción al final del curso.



Objetivos de la formación

- Comprender la experiencia de cliente como una estrategia clave de diferenciación, fidelización y sostenibilidad.
- Desarrollar una actitud empática, personalizada y profesional en cada interacción con el cliente.
- Identificar y gestionar las emociones, expectativas y necesidades reales del cliente en los diferentes momentos del recorrido.
- Aplicar técnicas de comunicación clara, persuasiva y respetuosa que generen confianza y compromiso.



Competencias de la formación

- Orientación al cliente
- Comunicación interpersonal
- Empatía activa
- Gestión relacional
- Adaptación digital



Beneficios adicionales

- Trabajar las bases de un gran modelo de atención al cliente basados en la profunda comprensión del cliente, la generación de confianza sobre la base de la empatía y la gestión continua del compromiso del cliente para generar sostenibilidad del modelo en base a la fidelización de los clientes.



Fechas 2026 - Référence 8509



Últimas plazas



Edición garantizada

De 16 feb. A 18 feb.

De 21 sep. A 23 sep.

De 18 may. A 20 may.

el 12 nov.