

PROGRAMA DEL CURSO

I. Identificación General

Nombre:	Calidad Total en la Atención al Cliente de Seguros
Horas:	24
Destinatarios:	Dirigido a personal de compañías de seguros que atienden público ya sea personalmente o mediante call centers, áreas de recepción, secretariado, personal administrativo, postventa y áreas comerciales.

II. Objetivo General

Al término del curso el alumno será capaz de comprender en qué consiste el servicio, qué diferencia a las industrias que prestan servicios de otras que entregan productos, y qué caracteriza a las organizaciones que cuentan con servicios de calidad, utilizando técnicas que deben desplegarse cuando se interactúa directamente con el cliente, e interpretando las pautas de comportamiento que permiten desempeñar el rol de atención con calidad.

Hacer propias las actitudes que posibilitan un trato cordial con los clientes; convencerse de la importancia de un servicio de calidad en el desempeño personal y para el éxito de la organización, e incorporar hábitos de buena disposición para satisfacer las necesidades de quienes requieran de los servicios.

III. Desarrollo

Objetivos Específicos	Contenidos
Comprender la importancia del servicio en la industria aseguradora.	Unidad I: El Servicio en la industria de los Seguros <ul style="list-style-type: none"> - La importancia de los Servicios en la economía. - La Industria de Seguros como una actividad de Servicio. - Los Servicios en la estrategia de la empresa. - Prestación de Servicios y la función de Ventas.
Relacionar el buen servicio con el éxito de una compañía.	Unidad II: Concepto de Servicio <ul style="list-style-type: none"> - El Servicio como concepto. - Qué caracteriza a un Servicio de calidad. - El Servicio y su relación con vender. - Diferenciación mediante el Servicio.
Utilizar las técnicas adecuadas durante el tiempo de relación directa con el cliente	Unidad III: La Relación con el Cliente <ul style="list-style-type: none"> - Familiarizarse con los incidentes críticos que son propios del contacto directo con clientes.

	<ul style="list-style-type: none"> - Ser capaz de establecer las etapas por las que atraviesa la interacción con el cliente. - Ser capaz de desarrollar conductas que se constituyan en hábitos de recepción, escucha, proceso y despedida funcionales a lograr satisfacción en el cliente. - Calidad de servicio para fidelizar al cliente.
<p>Traducir en conductas prácticas las expectativas de rol asociadas al otorgar un servicio de calidad</p>	<p>Unidad IV: Expectativas y Necesidades del Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprender un rol y en especial las expectativas propias del cliente que son pertinentes para una atención adecuada. - Detectar el estado inicial del cliente y generar una atmósfera propicia para avanzar en el proceso de atenderlo como espera. - Indagar las necesidades del cliente, escucharlo activamente, identificar sus expectativas de satisfacción y desarrollar la empatía como instrumento de desempeño profesional. - Emplear elementos del lenguaje verbal y no verbal para elaborar una proposición, que objetiva y subjetivamente interprete y satisfaga lo requerido por el cliente, dentro de los instrumentos de servicio que se disponen.
<p>Hacer propias y sentir como rasgos de sí mismo las motivaciones y actitudes necesarias para un servicio de calidad</p>	<p>Unidad V: Calidad en el Servicio al Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquirir y practicar hábitos de saludo, cordialidad, observación del lenguaje no-verbal, y de comunicación adecuados al inicio de una relación con el cliente. - Ser capaz de observar la relación con el cliente invirtiendo los papeles, asumiendo el papel del cliente, sus expectativas y necesidades. - Manejar un lenguaje comprensible y adecuado a la condición del cliente, y que respete sus puntos de vista, logrando que también haga lo propio en caso de no poder satisfacer plenamente sus expectativas. - Compensar con una atención excepcional las eventuales limitaciones objetivas del servicio, y emplear la creatividad para lograr su reconocimiento. - Sentir orgullo y realización profesional al entregar una atención de calidad, que tienda a la fidelización del cliente.

IV. Orientaciones metodológicas

Se realizarán exposiciones del profesor sobre las distinciones teóricas y prácticas de los contenidos del curso. Por su parte, los alumnos realizarán debates grupales sobre los temas expuestos por el docente.

El alumno logrará los aprendizajes esperados a través de la puesta en práctica de situaciones de análisis de casos prácticos, bien sea de forma individual o grupal. Se realizarán juegos de roles y dinámicas tanto grupales como individuales. La exposición dialogada del profesor y el material de apoyo impreso y visual, garantizarán el desarrollo de los tópicos.

Es importante destacar que el rol del docente, durante el desarrollo del curso será de tutor y facilitador del trabajo individual y grupal, asegurando que los contenidos se pongan en acción y se generen aprendizajes significativos en los alumnos, estrechamente vinculados a su desarrollo en el campo laboral.