

## ¿Qué beneficios se pueden esperar de este Diplomado?

Para todos aquellos que participen de este diplomado y pongan en acción las técnicas y conocimientos que van a adquirir podremos garantizarle resultados extraordinarios en su relación con los clientes:

- Clima organizacional de calidad.
- Compromiso de su gente en servicio de calidad a los clientes o comunidad.
- Satisfacción verificable de las personas y comunidades servidas.
- Posicionamiento y renombre de la organización entre su población objetivo.



Las personas satisfechas son aliados de nuestra organización en el cumplimiento de nuestra misión



**Inversión : 2.500.000.00 pax**

**Este costo incluye:**

**Aula con aire acondicionado  
Módulos impresos y ayudas audiovisuales.  
Certificado de diplomado  
(200 horas)**

Universidad Surcolombiana  
Facultad de Economía y Administración  
Oficina de proyección Social  
prosocialeconomia@usco.edu.co  
Tel: 8758926 ext. 4143 - 4104  
Neiva—huila



**DIPLOMADO**

**Gestión de la calidad y servicio al cliente para la seguridad ciudadana**



Dirigido a:  
**Miembros de la Policía Nacional, líderes comunales, empleados públicos y privados**



**Universidad Surcolombiana**

## La importancia de la práctica de la calidad y del buen servicio al cliente para la seguridad ciudadana



**El servicio** es una mercancía que necesita ser administrada, es una cuestión de todo el mundo. Por ende las organizaciones excelentes no se limitan a desparistar al cliente insatisfecho sino que llegan hasta estimular las quejas y ponerle remedio. La dimensión “repárelo” es una fuerza económica importante.

**Que nuestros actos desencadenen el aplauso de nuestros clientes y de nuestros superiores**

Las nuevas situaciones del mercado han obligado a revisar las relaciones con los clientes,

convirtiendo éstas en herramientas estratégicas y llevando a la empresa a una mejora continua, generando momentos de verdad, para sobrevivir y progresar en la industria de servicios se requiere de diferenciación, ya que como el servicio no tiene marco de referencia tangible, sino que es instantáneo, se presta un buen servicio o no se presta.

Lo que antes se consideraba un gasto ahora es tomado como una fuerza positiva para el aumento de la satisfacción de los clientes y darle un valor agregado. Debido a que el servicio debe darse como estímulo al mercadeo y es lo que da la dimensión del valor agregado.

Peter Druker

### Objetivos:

Contribuir a la formación del participante, poniendo a su alcance conceptos, y aspectos relacionados con la gestión de la calidad y la atención al cliente, que los asistan en la tarea de establecer relaciones productivas con los clien-

Específicos.

Profundizar los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para que el participante implemente y dirija con éxito todas las actividades encaminadas a la prestación de servicios.

Identificar las herramientas y técnicas de aplicación, control y evolución de la calidad de servicio

Evidenciar la importancia de brindar un servicio de calidad al cliente.

Aplicar las herramientas que ofrece la tecnología en la práctica de atención y servicio al cliente.

Establecer la importancia del cliente interno como gestor y promotor de la calidad y del buen servicio.



**En la era de la información y del conocimiento las ayudas tecnológicas son una herramienta de inmenso poder y de gran ayuda en la gestión de todas las organizaciones.**

## Contenidos

### Moulo

#### Introducción a la administración de las organizaciones y gerencia de la calidad.

- Generalidades y proceso administrativo
- Administración estratégica
- Herramientas nuevas de la administración moderna
- El mundo de la calidad
- Evolución de la calidad
- Calidad total
- Calidad del servicio
- Costo de la calidad

### Modulo 2. El servicio al cliente

- En la vida de las empresas
- La naturaleza del servicio con excelencia
- Los tres mecanismos para aumentar la demanda de nuestros productos o servicios.
- Principios elementales de PNL que pueden ayudarnos en la consecución y conservación de nuestra clientela.
- Identificación de comportamientos institucionales y errores comunes que afectan nuestra relación con los clientes.

### Modulo III. Catedra de la PAZ

- Dignidad humana fundamento de la paz
- Ciudadanos constructores de paz
- El respeto a las normas como medio para construir la paz
- Desarrollo y cultura de paz
- Resolución de conflictos para la sana convivencia

### Modulo 4. Introducción a la calidad

- Herramientas y técnicas de aplicación, control y evolución de la calidad y el servicio
- Histograma
- Diagrama de Ishikawa
- Diagrama de pareto
- Normas sobre Sistemas de Gestión y sistemas de información sobre la calidad del servicio .
- Normas sobre gestión ambiental, The Global Compact,.
- Sistemas de gestión BASC, seguridad y salud ocupacional OSHAS 18001.
- Mejoramiento continuo
- Control total de la calidad y JAT
- Implantar un sistema de gestión de calidad de servicio
- Herramientas, técnicas de aplicación, control y evaluación de la calidad del servicio

### Modulo 5. Marketing en internet y las nuevas tecnologías:

- Evolución y futuro del marketing
- Internet: el marketing se hace infinito
- El Networking, community manager, las redes sociales y Atención al cliente por email