

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. SERVICIO AL CLIENTE	1
2.1 MARCO CONCEPTUAL	1
2.2 ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE	2
2.2.1 EL SERVICIO POST-VENTA	3
2.3 IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE	4
2.3.1 FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE	4
2.3.2 OUTPUT DE LA CADENA DE SUMINISTRO	5
2.3.3 ELEMENTO DIFERENCIADOR	6
2.4 BUENAS PRÁCTICAS	8
2.4.1 MEJORA CONTINUA DE PROCESOS	8
2.4.2 OPTIMIZACIÓN DEL COSTE Y DEL SERVICIO	9
2.4.3 ESTABLECIMIENTO DE INDICADORES DE GESTIÓN (KPI's)	10
2.4.4 MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	11
2.4.5 SISTEMA DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS	15
3. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE	19
3.1 EL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	19
3.2 EL MODELO DE EXCELENCIA EMPRESARIAL DE LA EFQM	20
3.3 MODELO INTEGRAL DE CALIDAD DE DIRECCIÓN Y CREACIÓN DE VALOR	22
3.4 LAS 5 DIMENSIONES DE LA CALIDAD	24
4. TECNOLOGÍA Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN	25