

MBA EM GESTÃO EM RELACIONAMENTO COM CLIENTES E OUVIDORIA

OBJETIVO

ESTE CURSO TEM COMO OBJETIVO APRESENTAR DE FORMA PRÁTICA E OBJETIVA, O QUE É UM SERVIÇO DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES (CALL CENTER /CONTACT CENTER /HELP DESK / SAC / TELEMARKETING), BEM COMO DE UMA OUVIDORIA, QUAL O SEU PAPEL NAS ORGANIZAÇÕES MODERNAS, SEJAM ELAS PÚBLICAS OU PRIVADAS, NACIONAIS OU MULTINACIONAIS, COMO FUNCIONAM, QUE RESULTADOS PODEM E DEVEM GERAR E PRINCIPALMENTE, COMO OBTER O MÁXIMO DESTES RESULTADOS.

DISCIPLINAS

1 - ATENDIMENTO VIRTUAL E MÍDIAS SOCIAIS

PLATAFORMA DE ATENDIMENTO VIRTUAL. PLANEJAMENTO, USO E MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS. FERRAMENTAS COLABORATIVAS. MÍDIAS SOCIAIS EM ORGANIZAÇÕES. MÍDIAS SOCIAIS E MARKETING. MINERAÇÃO DE OPINIÕES. GESTÃO DE PERFIS. CROWDSOURCING.

2 - COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA GESTÃO DO ATENDIMENTO

INTRODUÇÃO AO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - NECESSIDADES E MOTIVAÇÕES - PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR - PERSONALIDADE E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - APRENDIZAGEM E ENVOLVIMENTO DO CONSUMIDOR - ATITUDES E MUDANÇA DE ATITUDES - INFLUÊNCIAS SOCIAIS E CULTURAIS - PROCESSO DECISÓRIO INDIVIDUAL - DIFUSÃO DE INOVAÇÕES - PROCESSO DECISÓRIO GRUPAL E ORGANIZACIONAL.

3 - COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA

FERRAMENTAS: COMO RECEBER UMA RECLAMAÇÃO; EMPATIA; AS NOVAS TECNOLOGIAS; CONFIGURAÇÃO DE RELATÓRIOS; ANÁLISE DE CASE. PRINCÍPIOS BÁSICOS PARA A PRODUÇÃO DO TEXTO; ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO; CONSTRUINDO A LEGIBILIDADE. CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT; APLICAÇÃO DOS FUNDAMENTOS DO MARKETING DE RELACIONAMENTO EM SEUS NEGÓCIOS PARA AUMENTAR A SATISFAÇÃO E LEALDADE DOS CLIENTES DA SUA EMPRESA; IMPLEMENTAÇÃO DO CRM PARA ATENDER E ADMINISTRAR AS

CRM PARA IMPLEMENTÁ-LOS E MELHORAR A INTERAÇÃO DA EMPRESA COM OS CLIENTES; CRIAR UM PROGRAMA EFICAZ DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES PARA SUA EMPRESA. REVOLUÇÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. A ECONOMIA DA INFORMAÇÃO E O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO. NOVA DIVISÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. EMPRESA EM REDE. CAPITAL INTELECTUAL. E-BUSINESS. RECURSOS NECESSÁRIOS (INFRA-ESTRUTURA, COMPOSIÇÃO DA EQUIPE, SOFTWARE).

4 - GESTÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO

PORTAIS DE RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES INTERNOS E EXTERNOS; EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES; MÉTODOS ALTERNATIVOS PARA SOLUÇÃO DE CONFLITOS; SOLUÇÕES EMPREENDEDORAS E INVESTIGATIVAS NA QUEBRA DE PARADIGMAS; ÁREAS-CHAVE INSTITUCIONAIS: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, QUALIDADE, CONTROLES INTERNOS E AUDITORIA (INTERNA/EXTERNA), SAC & OUVIDORIA. SISTEMA DE INFORMAÇÕES E MONITORAMENTO (RELATÓRIOS E ESTATÍSTICAS); INTERFACES COM CLIENTES INTERNOS E EXTERNOS - ENDOMARKETING E MARKETING INSTITUCIONAL; IMPACTOS DO BOM ATENDIMENTO AO CLIENTE NA MELHORIA CONTÍNUA DE PROCESSOS E ROTINAS E NA MUDANÇA DA CULTURA ORGANIZACIONAL.

5 - GESTÃO DE CONFLITOS E RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

GESTÃO DE PESSOAS: CRIATIVIDADE/ FEED-BACK/ COMUNICAÇÃO E COACHING; CONFLITO E PODER - TRABALHO EM EQUIPE - LIDERANÇA - GESTÃO DA MUDANÇA; RELAÇÕES PROFISSIONAIS: CONVIVER COM PERSONALIDADES E PERCEPÇÕES DIFERENTES; MODELO MENTAL E O DESENVOLVIMENTO DA FLEXIBILIDADE; RELAÇÕES PESSOAIS X METAS PROFISSIONAIS, PARA GERAR OS RESULTADOS DESEJADOS; A IMPORTÂNCIA DA NEGOCIAÇÃO, DA ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS E DA RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS NO RELACIONAMENTO COM AS PESSOAS; MOTIVAÇÃO PARA NEGOCIAR O CONFLITO; A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO PARA O RELACIONAMENTO PROFISSIONAL E O TRABALHO EM EQUIPE; CONFLITOS: AMEAÇAS OU OPORTUNIDADES? PRÁTICAS EFICAZES E ABORDAGENS CRIATIVAS PARA A SOLUÇÃO DE PROBLEMAS; ESTILOS DE COMO LIDAR COM CONFLITOS E MÉTODOS DECISÓRIOS PARA A SOLUÇÃO.

6 - GESTÃO DO FATOR HUMANO

FUNCIONAMENTO DOS GRUPOS. LIDERANÇA. MOTIVAÇÃO. PERCEPÇÃO. COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO. DESENVOLVIMENTO DE EQUIPES DE TRABALHO EM DIFERENTES SETORES DA EMPRESA. PODER E TOMADA DE DECISÃO NAS ORGANIZAÇÕES. PROCESSOS E POLÍTICAS DE CAPTAÇÃO DE TALENTOS. PROCESSOS E POLÍTICAS DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO. PROCESSOS E POLÍTICAS DE REMUNERAÇÃO. PROCESSOS E POLÍTICAS DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO. GOVERNANÇA CORPORATIVA. INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO TRABALHO.

7 - MARKETING NAS INSTITUIÇÕES

CONCEITOS BÁSICOS DE MARKETING. ESTRATÉGIA DE SERVIÇO E PRINCÍPIOS DE GERENCIAMENTO DE SERVIÇOS. AVALIAÇÃO DE OPORTUNIDADES NO AMBIENTE DO MARKETING EM CONSTANTE MUDANÇA. A GESTÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO PERCEBIDA PELO CLIENTE. PESQUISAS MERCADOLÓGICAS. ANÁLISE DA PUBLICIDADE, DA PROPAGANDA E DO MARKETING. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DIANTE DAS AÇÕES ESTRATÉGICAS DE MARKETING. TENDÊNCIAS MERCADOLÓGICAS. O PAPEL DE MARKETING NAS EMPRESAS. MARKETING DE RELACIONAMENTO. O MERCADO NACIONAL DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE.

8 - METODOLOGIA DA PESQUISA E MONOGRAFIA

MÉTODOS DE ESTUDO: FICHAMENTO, RESENHA, ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO CIENTÍFICO. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA. PROJETO DE PESQUISA. MONOGRAFIA. ELEMENTOS METODOLÓGICOS DA MONOGRAFIA. UNIFORMIZAÇÃO REDACIONAL. DISCIPLINA DESENVOLVIDA NA SECRETARIA VIRTUAL.

9 - QUALIDADE DE VIDA NAS EMPRESAS

TRABALHO E SAÚDE DO TRABALHADOR. EVOLUÇÃO HISTÓRICA E DIFERENTES ABORDAGENS DA QUALIDADE DE VIDA. SAÚDE OCUPACIONAL DO TRABALHADOR: HIGIENE, SEGURANÇA E MEDICINA DO AMBIENTE DE TRABALHO. O PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO E SAÚDE OCUPACIONAL - PCMSO, NR-7, PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS - PPRA.

10 - RELACIONAMENTO INSTITUCIONAL E CIDADANIA

PRINCÍPIOS DA OUVIDORIA: A FILOSOFIA; ORIGENS; OS PRECURSORES NO MUNDO E NO BRASIL; ÉTICA, ISENÇÃO E AUTONOMIA; OUVIDORIA INTERNA. OUVIDORIA COMO PROCESSO: FLUXO DA OUVIDORIA; CERTIFICAÇÕES E PROGRAMAS DE GESTÃO; TRATAMENTO EFETIVO DOS PROBLEMAS; TEMPOS DE RESPOSTAS; O PDCA; CONQUISTANDO PARCEIROS INTERNOS; A IMPORTÂNCIA DA ALTA DIREÇÃO. GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE NO PROCESSO DE OUVIDORIA EM UM ÓRGÃO PÚBLICO. CIDADANIA. DIRETRIZES PARA O TRATAMENTO DE RECLAMAÇÕES NAS ORGANIZAÇÕES.

11 - SEMINÁRIOS

GESTÃO DE SERVIÇOS EM ATENDIMENTO (CALL CENTER / CONTACT CENTER / HELP DESK / SAC / TELEMARKETING) - A OUVIDORIA/OMBUDSMAN NAS ORGANIZAÇÕES - RESPONSABILIDADE SOCIAL.

12 - TÓPICOS DE DIREITO E LEGISLAÇÃO

NOÇÕES DE DIREITO; ASPECTOS JURÍDICOS ENVOLVIDOS NA PRÁTICA DA OUVIDORIA, SERVIÇO DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES (CALL CENTER /CONTACT CENTER /HELP DESK / SAC / TELEMARKETING); LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA DO OUVIDOR/ OMBUDSMAN; DIREITO DO CONSUMIDOR E LEGISLAÇÃO DE DEFESA E PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR/USUÁRIO; OS FUNDAMENTOS DA PROTEÇÃO JURÍDICA DOS CONSUMIDORES; DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR. NORMAS ESPECIAIS DE TUTELA DO TRABALHO.