

La necesaria orientación al cliente en la captación y prestación de servicios en centros para mayores ante el futuro sistema nacional de dependencia.

Presentación

El futuro Sistema Nacional de Dependencia comportará un nuevo esquema de juego para las entidades prestadoras de servicios dirigidos a la persona mayor. El usuario de servicios sociales podrá, en el ejercicio de sus derechos, tener acceso de un amplio abanico de posibilidades a la hora de escoger el centro o servicio que precise, y en el que variables hasta la fecha importantes como el precio ya no le serán un factor discriminante.

Ante esta nueva realidad, las entidades prestadoras de servicios que se acrediten en el SND deberán afanarse por definir un modelo de gestión comercial orientado a la persona mayor con el objetivo de fidelizarlo a través no sólo de campañas de publicidad y promoción sino principalmente a través del atractivo del servicio en sí mismo. En definitiva pasaremos de un modelo en el que el mayor se adaptaba a la realidad de los servicios, a otro en el que el servicio deberá acomodarse al nuevo perfil del usuario que además es cada vez más conocedor del servicio que puede solicitar, y por consiguiente se muestra cada vez más exigente a la vez que valora la calidad de las prestaciones que recibe.

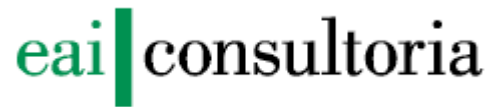
En consecuencia será cada vez más importante que los centros, ya sean públicos o privados lleven a cabo un exhaustivo análisis de las variables que le son propias tanto exógenas como endógenas y que le diferencian del resto. A la vez deberán establecer cómo captar a la persona y que sus expectativas se vean satisfechas no sólo en primera instancia sino a largo de todo el servicio.

A quién va dirigido

A todos aquellos profesionales cuya función dentro de su organización sea la de dar a conocer los servicios que se prestan al mayor, y a los responsables de la dirección de los centros ya sean residencias para mayores, centros de día o servicios de atención domiciliaria.

Objetivos:

1. Dar a conocer la nueva realidad que se avecina y los nuevos criterios de decisión que utilizará el mayor y/o su familia.
2. Ayudar a establecer mecanismos para que los centros lleven a cabo un autoanálisis de sus puntos fuertes y débiles.
3. Establecer la importancia de disponer protocolizada la atención al cliente desde la solicitud de información en el centro y durante toda su estancia en el mismo.
4. Implicar a diferentes profesionales en la responsabilidad de satisfacer al cliente en sus expectativas y definir el espacio que debe cubrir cada uno de ellos.
5. Incorporar códigos éticos en la gestión comercial de los servicios para mayores
6. Determinar el papel del cliente externo en la satisfacción del cliente externo



Metodología

Durante las sesiones se compaginará la exposición de los diferentes temas con talleres prácticos en los que, a partir de las experiencias de los asistentes y las características descritas de sus centros, se trabajen los diferentes conceptos analizados que permita con posterioridad, poder adaptarlo a sus realidades.

Curso de 10 horas en formato seminario

Curso de 20 horas desde la metodología del análisis de casos