

Curso FEXMS - Marketing de Serviços

3,00 Dia(s) - 21,00 Horas

Introdução

Os “Cursos de Formação para Executivos”, promovidos pela Actual Training, têm por finalidade responder a necessidades específicas de formação na área da gestão.

Este curso de Marketing de Serviços tem por objectivo, melhorar os conhecimentos técnicos e científicos de profissionais que, na sua actividade, têm de tomar decisões que envolvem actividades associadas a empresas na área dos serviços.

O conceito e as técnicas de decisão do Marketing de Serviços não são muito diferentes das do marketing de bens de consumo. O que os distinguem são critérios associados ao próprio serviço, ou seja, é o único mercado em que cliente e prestador do serviço colaboram na prestação do serviço, o que exige uma cuidada organização para que a sua qualidade seja de acordo com o desejo da empresa e a expectativa do cliente.

Uma organização em que o serviço a prestar não tenha sido estruturado e o pessoal devidamente preparado, certamente não conseguirá atingir as geralmente exigentes expectativas dos clientes, não cumprindo assim o seu principal objectivo que é a fidelização dos clientes.

Na construção deste curso de Marketing de Serviços a Actual Training, teve a preocupação de estruturar os temas de modo consistente e com um número de horas que permitem uma formação teórica e prática consistente (apoiada em exercícios), para que os formandos possam utilizar os novos conhecimentos nas suas empresas.

Público-alvo

São destinatários dos cursos, quadros actuais e futuros de empresas de serviços, ou empresas cuja actividade inclui áreas de serviço a clientes.

Quando completar o curso

O participante deverá estar:

- Habilitado a identificar as principais características dos serviços
- Identificado com a metodologia orientada para a organização de um serviço
- Capacitado para analisar o modelo de qualidade nos serviços, orientado para a satisfação dos clientes
- Apto a reflectir sobre modelo de gestão de marketing de empresas de serviços
- Capaz de organizar uma empresa de serviços

Pré-requisitos

Alguns conhecimentos em Gestão.

Exames

(não existem exames)

Conteúdo em detalhe

1. A Especificidade do Marketing de Serviços
2. Elaboração da Estratégia em Serviços
3. Plano Operacional e o Marketing-Mix nas Empresas de Serviços
4. Relevância do Marketing Interno
5. Qualidade de Serviço e Satisfação de Clientes
 - Metodologias de Implementação
 - Melhoria Contínua e Aumento de Eficiência
6. Medição dos Níveis de Serviço – Indicadores e Métricas
7. Oferta e Desenvolvimento de Novos Serviços
8. Caso Prático