

FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES.

¿A quién va dirigido?

Mediante el estudio de los contenidos propuestos por el docente, adquirirás nociones generales sobre la lealtad del cliente, así como sus causas y sus consecuencias. También te capacitarás para la gestión de la lealtad mediante el ofrecimiento de valor al cliente, así como a manejar bases de datos de marketing, segmentar a los consumidores y utilizar Internet como herramienta de fidelización.

Objetivos del curso.

- Conocer y descubrir los conceptos relacionados con el marketing de fidelización y sus consecuencias.
- Aprender cómo incrementar el valor del cliente y por tanto cómo incrementar el valor de la compañía.
- Identificar las mejores estrategias, técnicas y disciplinas que permitirán conquistar clientes cualificados de manera eficaz y eficiente y, finalmente, lograr su fidelidad.
- Aprender a diseñar un plan de marketing enfocado al cliente (programa de marketing relacional) que permita incrementar las ventas al cliente, vincularlo a la marca durante el mayor tiempo posible y lograr su satisfacción y recomendación.

Temario.

1. Concepto de fidelización: planteamientos generales.
2. Clientes y fidelización: vínculos con los clientes.
3. Una estrategia de diferenciación. innovación, calidad, reacción, diversificación.
4. Sistemas de fidelización.
5. Fidelización on line.
6. Marketing one to one.
7. Las bases de datos y la fidelización.