

## Fidelización de clientes - contenido online

Código: 10740

Duración  
60 horas

### Objetivos

Comprender la importancia de la retención de clientes en cualquier empresa y los beneficios que aporta contar con clientes leales

Conocer diferentes estrategias para atraer, retener y recuperar clientes.

Analizar la necesidad de situar al cliente en el centro de la organización y ofrecerle una atención, un contacto y un servicio diferenciadores de la competencia.

Entender las ventajas del uso de las diferentes herramientas de fidelización disponibles para las empresas.

Adquirir los conocimientos necesarios para implantar una estrategia de marketing relacional y de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

Obtener los conocimientos necesarios para lograr la fidelización de clientes a través de internet y las redes sociales.

Saber las ventajas de la segmentación de la cartera de clientes y desarrollar técnicas para llevar a cabo una segmentación eficaz.

Aprender a diseñar un programa de fidelización eficaz y rentable.

### Contenidos

#### Fidelización de clientes y su importancia en los mercados actuales

Introducción

Fidelización: conceptos claves

El cliente del siglo XXI

¿Qué causa la fidelidad?

La satisfacción del cliente y sus expectativas

Modelo del trébol de la fidelización

Ventajas de contar con clientes fidelizados

Resumen

#### La empresa orientada al cliente

Introducción

Repensar al cliente

Factores organizativos

El marketing interno

Marketing relacional, un cambio de paradigma

El vendedor como asesor, la venta relacional

La gestión de la cadena de suministro

Fidelización en la pyme

Resumen

#### La gestión de la cartera de clientes

Introducción

Tipos de cliente

La segmentación de la cartera de clientes

De cliente posible a cliente prescriptor

Customer relationship management (CRM)

Resumen

### Instrumentos de fidelización

Introducción

La atención personalizada para el cliente

Programas de fidelización de clientes

Customer experience management, la experiencia de marca

La personalización

Inbound marketing

Content marketing como valor añadido

Movilidad y localización: el geomarketing

La reputación on-line

Resumen

### El plan de fidelización

Introducción

Diseño de un plan de fidelización

Programas de fidelización on-line

La medición del éxito del programa

Cómo recuperar al cliente que se va

Caso de éxito

Resumen

