

Fidelización de Clientes.

Familia profesional: Gestión comercial - Ventas

Modalidad: Teleformación

Duración: 30 horas

Objetivos:

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá la ventaja de la fidelización del cliente, abarcando aspectos como las bases psicológicas que refuerzan la fidelidad, el concepto de marketing relacional, ciclo de vida y coste de adquisición del cliente, a determinar el valor del ciclo de vida del cliente y su impacto en las decisiones estratégicas, así como la segmentación de clientes y la estrategia de fidelización.

Contenidos:

Unidad 1. Fundamentos de fidelización I.

1. ¿Es posible fidelizar a un cliente?
2. Diferencia entre satisfacción y fidelidad.
3. La fidelización como estrategia empresarial.
4. Una medida de fidelidad objetiva e histórica. Tasa de retención.
5. Una medida de fidelidad emocional y prospectiva. Net Promoter Score.

Unidad 2. Fundamentos de fidelización II.

1. El negocio de satisfacer necesidades.
2. La promesa de Marca.
3. Motivadores de la Fidelidad.

Unidad 3. Fundamentos de fidelización III.

1. El ciclo de vida del cliente. Una perspectiva de empresa.
2. El coste de Adquisición del Cliente (CAC).

Unidad 4. Customer Lifetime Value.

1. Customer Lifetime Value (CLV).
2. Relación entre el CLV y la fidelización.
3. CRV. Customer Referral Value.

Unidad 5. Segmentación de clientes y estrategia de fidelización

1. Entender el mercado y los comportamientos de la clientela.
2. Identificar las clases y los segmentos de la clientela.
3. Definición estratégica.

Unidad 6. Programas de Fidelización I

1. Programas de fidelización. Qué son y por qué puede interesas por uno en marcha.
2. ¿Cómo crear un programa de fidelización?

3. Personalidad del club.
4. Objetivos y KPI'S del club.

Unidad 7. Programas de Fidelización II

1. Elementos que constituyen el programa. Arquitectura.
2. Mantenimiento de la operativa del programa. Journeys básicos.

Unidad 8. Programas de Fidelización III

1. Objetivos de desarrollo de negocios vs. Indicadores de actividad del programa
 2. Objetivo de negocio: incremento de frecuencia de compra.
 3. Objetivo de negocio: incremento de la cesta media.
 4. Objetivo de negocio: recomendación.
 5. Cómo elaborar la rentabilidad del programa de fidelización.
 6. Pasivo Exigible.
 7. Automatización del programa de fidelización.
 8. Lanzamiento y seguimiento del programa.
-

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo

aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.