

# criteria

## Fidelización y Retención de Clientes



Área: MARKETING  
Duración: 24h  
Metodología: online

### Objetivos

Proporcionar a los profesionales del área de marketing una visión general sobre las estrategias de fidelización de clientes, la captación de nuevos clientes y acciones de recuperación y retención, incluyendo técnicas de fidelización online.

### Contenidos y estructura del curso

1 - La fidelización del cliente en la estrategia empresarial

Conocimiento del cliente como núcleo del plan de fidelización.

La Competencia

¿Qué entendemos por fidelización?

La fidelización de clientes: concepto y objetivos

Tipos de servicios postventa y fidelización

Estudio del comportamiento de clientes

Conocer nuestro cliente a través de cuestionarios.

Las preguntas en un cuestionario de satisfacción al cliente

El plan de fidelización. Las claves para el diseño de un plan orientado a la satisfacción y lealtad del cliente

Caso práctico "Buyer persona"

Modelo CANVAS

Segmentación de clientes

Caso práctico "Propuesta de valor"

Clasificación de los clientes según su fidelidad

Fidelizar a los clientes satisfechos

Fidelización del cliente online

Fidelización online frente a la fidelización offline

Resumen

2 - Customer Experience management

Calidad en el servicio

Análisis de los procesos de calidad

Cómo elaborar un manual de procesos de calidad

La medida del plan de fidelización

Tipos de servicios postventa

Métodos de evaluación de la calidad

La opinión ajena como evaluación de la calidad. Opinión del cliente interno

La opinión ajena como evaluación de la calidad. Opinión del cliente externo

Evaluación del desempeño

Proceso de compromiso con el cliente o usuario

Mejora la motivación de los gestores del servicio de atención al cliente.

Medidas correctivas para la toma de decisiones

Automatización de los procesos

Implementación de un ECRM en nuestro negocio

Oferta personalizada: Marketing One to One

Resumen

3 - Qué medir y cómo hacerlo

Medir la lealtad del cliente. KPIs

Medir la lealtad del cliente y monitorización de redes sociales

Creación de informes

Informes con ayuda de un CRM

Captación de nuevos clientes. Análisis y usos de herramientas online y offline para conseguir nuevos clientes

Lead scoring: clasificación y evaluación de leads

Gestión de leads

Herramientas para la gestión de Leads

El chat como herramienta de atención al cliente

Los foros como herramienta de atención al cliente online

La comunicación telefónica como herramienta de atención al cliente online

En búsqueda de nuevos fieles a nuestra compañía

Captar al cliente y obtener la máxima cantidad de datos relevantes en la captación

Obtener la máxima cantidad de datos relevantes en la captación

Estrategias para obtener datos de clientes

Extraer información valiosa de esos datos

Nuevos clientes y nuevas estrategias de fidelización

Marketing online en la fidelización de clientes

Resumen

4 - Nuevos retos en la fidelización. Utilización de CRM

Nuevos retos de la fidelización ante la crisis en los mercados y la internacionalización de sus productos o servicios

El mercado actual

Utilización de bases de datos o CRM en la fidelización del cliente

Estructura y funciones de un CRM

Módulo de clientes y módulo de ventas en el CRM

Módulo de herramientas de análisis

Módulo de atención al cliente

CRM o data warehouse

Mantenimiento de los clientes existentes, estrategias y objetivos tácticos en CRM

Como medir la fidelidad del cliente

Implantación del sistema CRM y desarrollo de un programa de comunicación eficaz

Soluciones más utilizadas actualmente

Caso práctico, empresa de nueva creación

Casos de éxito. Siebel

Casos de éxito. Microsoft Business Solutions CRM

Los peligros de un CRM

Invasión a los clientes

Modificación de estrategias en relación con el cliente utilizando un CRM

Resumen

5 - Estrategia, diseño e implementación de acciones de retención y recuperación de clientes

La retención de clientes

Escuchar activamente al cliente

Escuchar al cliente a través de las redes sociales

Atención de quejas y reclamaciones a través de redes sociales

El cliente se va. ¿Por qué y qué podemos aprender?

Aprender de los clientes que se marchan

Estrategias de retención de clientes

Consejos para recuperar a clientes perdidos

La estrategia del control de entrega y servicio al cliente

Entrega de los pedidos al cliente. Sostenibilidad

Automatización del seguimiento de los pedidos online

Diseño del packaging, como estrategia para la satisfacción del cliente

La imagen corporativa asociada al empaquetado

Elegir el mejor packaging.

Gestión de los envíos online

Resumen

6 - Fidelización online: "Construyendo una estrategia de fidelización en soporte digital"

Servicio de atención al cliente multicanal y omnicanal

Nuevos canales de comunicación. Mensajería instantánea.

Aplicaciones de mensajería instantánea. Over-The-Top (OTT)

WhatsApp

Implementar Whatsapp en la atención al cliente  
Telegram  
Facebook Messenger  
Redes Sociales. Instagram  
¿Qué es el mobile marketing?  
Estrategias en Marketing móvil  
Piensa en desarrollar aplicaciones  
Gamificación móvil  
Añade relevancia a tus copies  
Explora las posibilidades del video  
Establece un CTA claro en cada pantalla  
Estadísticas sobre el marketing móvil  
Resumen

## Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

## Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

