

# criteria

## Fidelización de clientes



### 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 y estructura del curso

1. Fidelización de clientes y su importancia en los mercados actuales.
2. Fidelización: conceptos claves.
3. El cliente del siglo XXI.
4. ¿Qué causa la fidelidad?
5. La satisfacción del cliente y sus expectativas.
6. Modelo del trébol de la fidelización.
7. Ventajas de contar con clientes fidelizados.
8. La empresa orientada al cliente
9. Repensar al cliente.
10. Factores organizativos.
11. El marketing interno.
12. Marketing relacional, un cambio de paradigma.
13. El vendedor como asesor, la venta relacional.
14. La gestión de la cadena de suministro.

15. Fidelización en la pyme.
16. La gestión de la cartera de clientes
17. Tipos de cliente.
18. La segmentación de la cartera de clientes.
19. De cliente posible a cliente prescriptor.
20. Customer relationship management (CRM).
21. Instrumentos de fidelización
22. La atención personalizada para el cliente.
23. Programas de fidelización de clientes.
24. Customer experience management, la experiencia de marca.
25. La personalización.
26. Inbound marketing.
27. Content marketing como valor añadido.
28. Movilidad y localización: el geomarketing.
29. La reputación on-line.
30. El plan de fidelización
31. Diseño de un plan de fidelización.
32. Programas de fidelización on-line.
33. La medición del éxito del programa.
34. Cómo recuperar al cliente que se va.
35. Caso de éxito.

## 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



