



**INESEM**  
Instituto Europeo de  
Estudios Empresariales

## ***Técnico Superior en Fidelización de Clientes (Online)***

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

# ***Técnico Superior en Fidelización de Clientes (Online)***

**Duración:** 300 horas

**Precio:** 0 € \*

**Modalidad:** Online

\* 100 % bonificable para trabajadores.

## **Descripción**

Mediante el entendimiento del concepto de marketing de relaciones y su correcta aplicación, se podrán identificar las causas generadoras de lealtad del cliente así como las consecuencias de éstas para la empresa. Igualmente resulta imprescindible el conocimiento de las herramientas y tácticas para la consecución de la fidelidad de los clientes. Aprenderás cómo actuar ante los clientes para obtener un resultado positivo en todo momento.



## ***A quién va dirigido***

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## ***Objetivos***

El objetivo del presente curso es descubrir los conceptos relacionados con el marketing de relaciones, identificando las causas generadoras de la lealtad del cliente y analizando las consecuencias que la lealtad produce para la empresa. Además se pretende que los alumnos identifiquen los elementos diferenciadores de las empresas para lograr lealtad y cuáles son los pasos que da el cliente hasta hacerse fiel. Pretendemos que gracias al curso se perciban los valores que el cliente desea encontrar en sus transacciones comerciales. De la misma forma, existe gran importancia en cuanto a las necesidades del cliente y el proceso de compra, por lo que ésta será otra de las competencias de nuestro curso.

## ***Para que te prepara***

Gracias al curso y a la profundización en conceptos del ámbito de la comunicación, conseguirás la capacidad para utilizar como herramienta de trabajo el marketing de relaciones. Prepárate para intervenir como factor para la construcción de la confianza del consumidor a través de las relaciones personales.

## ***Salidas laborales***

Comercial, Proveedor, Encargado, Azafata, Dependiente, Empresario,

## Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y Fondo Social Europeo).



## Forma de subvención

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

## Materiales didácticos

- CDROM 'Manual del Alumno de la Plataforma de E-Learning'
- Paquete SCORM



## Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



## ***Plazo de finalización***

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

## ***Campus virtual online***

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## ***Club de alumnos***

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## ***Revista digital***

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## Programa formativo

### TEMA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

Reflexión sobre la comunicación  
Cliente/Consumidor  
Queja/Objeción  
Reclamación  
Tarea profesional  
Concepto de calidad  
Criterios de calidad  
Concepto de excelencia  
El equipo y la imagen corporativa  
La sinergia grupal

### TEMA 2. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

Servicio al cliente  
Asistencia al cliente  
Información y formación del cliente  
Satisfacción del cliente  
Formas de hacer el seguimiento  
Derechos del cliente-consumidor

### TEMA 3. LEALTAD AL CLIENTE

Marketing Relacional  
El enfoque del marketing  
Marketing Relacional (CRM)  
Concepto de fidelidad  
El cliente actual  
Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto  
Concepto de lealtad

### TEMA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD

Causas de la lealtad  
La percepción del cliente  
El factor producto  
La marca  
El factor precio  
Canal de distribución  
La promoción  
Consecuencias de la lealtad

### TEMA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD

Introducción  
Diferenciación empresarial  
Pilares de la empresa  
Fidelización del cliente interno  
Fidelización de los inversores  
La escalera de la lealtad  
Ofrecimiento de valor al cliente

### TEMA 6. EL CLIENTE FIEL

Concepto de cliente  
¿El cliente siempre tiene la razón?  
El proceso de compra  
¿A quién fidelizar?  
Ventajas de la fidelidad para el cliente

+ Información Gratis

Clases de fidelidad del cliente

Anexo I. Fidelización de Clientes

### **TEMA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN**

Introducción

Principales causas de la insatisfacción del cliente

El decálogo del cliente

La excelencia en la atención al cliente

La calidad del servicio al cliente

### **TEMA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES**

Introducción

¿Por qué surgen las reclamaciones?

Directrices en el tratamiento de quejas

¿Qué hacer ante el cliente?

¿Qué no hacer ante el cliente?

Actitud ante las quejas y las reclamaciones

Tratamiento de dudas y objeciones

Atención telefónica en el tratamiento de quejas

### **TEMA 9. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN**

Consideraciones previas

Cuestiones prácticas de negociación

Estrategias para cerrar la venta

Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

Programas de fidelización

Diseño del programa de fidelización

Medición de los programas de fidelización