



INESEM
Instituto Europeo de
Estudios Empresariales

Técnico Superior en Fidelización de Clientes

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

Técnico Superior en Fidelización de Clientes

Duración: 300 horas

Precio: 0 € *

Modalidad: A distancia

* 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, dentro de tu organización, el marketing de relaciones, es decir, el temario te prepara para intervenir como factor dentro de la empresa para la construcción de la confianza del consumidor a través de las relaciones personales.

Salidas laborales

Comercial, Proveedor, Encargado, Azafata, Dependiente.

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 donde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones que se adjuntan al final de cada bloque temático.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, el "Cuaderno de Ejercicios" que se adjunta. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Fidelización de Clientes'
- Cuaderno de ejercicios



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

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