



FICHA TÉCNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Denominación de la Acción Formativa	FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	
-------------------------------------	---------------------------------	--

Descripción de la Acción Formativa		
Modalidades:	Online	A distancia
Nº de Horas:	60 horas	80 horas
Material:	Pack de formación, manual + CD	

Objetivo del Curso

El objetivo del presente curso es descubrir los conceptos relacionados con el marketing de relaciones. Identificar las causas generadoras de la lealtad del cliente y analizar las consecuencias que la lealtad produce para la empresa. Además se pretende que se identifiquen los elementos diferenciadores de las empresas para lograr lealtad. Analizar los pasos que da el cliente hasta hacerse fiel. Investigar los valores que el cliente desea encontrar en sus transacciones comerciales. Determinar las necesidades del cliente y el proceso de compra. Analizar las actitudes que generan calidad en el trato con los clientes. Investigar los elementos de los programas de fidelización. Analizar todos los elementos que constituyen las bases de datos de marketing. Relacionar la aplicación de la base de datos de marketing con la fidelización de los clientes. Investigar la importancia de la segmentación del mercado para lograr los objetivos de marketing. Analizar la multiplicidad de variables que se emplean para el conocimiento del mercado que interesa. Comprender la necesidad de evolucionar en la aplicación de los recursos de las bases de datos para la gestión de los clientes. Analizar las diferentes herramientas que proporciona el mundo de Internet para la fidelización. Investigar el modo apropiado de personalizar los contactos con los clientes, así como revisar los diferentes mecanismos de comunicación que ofrece Internet.

Contenidos

Introducción. -Lealtad al Cliente. Gestión de la Lealtad. La Relación con el Cliente.. ¿Qué se Entiende por Base de Datos de Marketing?. Modelos de Segmentación. El Fenómeno de Internet y su Fidelización

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

