

FICHA TÉCNICA INFORMATIVA

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

ÁREA: ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS

N.º DE HORAS	MODALIDAD	NIVEL
20	Online	Básico

DESCRIPCIÓN

¿Te gustaría aprender a fidelizar a tus clientes y mejorar la retención en tu negocio? Este curso te enseñará a utilizar los indicadores clave para crear una estrategia de fidelización efectiva. Descubrirás cómo calcular la tasa de retención de clientes, aplicar el Net Promoter Score y entender las necesidades que tus clientes buscan satisfacer con tus productos o servicios. Además, aprenderás a mejorar su experiencia y recorrido a través del Customer Journey (CJ) y cómo segmentar la base de clientes para optimizar tu estrategia.

OBJETIVOS

1. Conocer los indicadores más importantes para construir un caso a favor de establecer una estrategia de fidelización.
2. Calcular su tasa de retención de clientes.
3. Conocer las aplicaciones del Net Promoter score.
4. Identificar las necesidades que el cliente trata de satisfacer al usar nuestro producto o servicio.
5. Idear mejoras en su proceso de relación, basándose en dichos mecanismos que afecten positivamente a sus clientes al tiempo que mejoran las posibilidades de que se mantenga fiel.
6. Conocer el concepto de Recorrido del Cliente o Customer Journey (CJ).
7. Determinar los posibles segmentos en que se puede dividir la base de clientes del negocio.

CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD 1. FUNDAMENTOS DE FIDELIZACIÓN I.

1. ¿Es posible fidelizar a un cliente?
2. Diferencia entre satisfacción y fidelidad.
3. La fidelización como estrategia empresarial.
4. Una medida de fidelidad objetiva e histórica. Tasa de retención.
5. Una medida de fidelidad emocional y prospectiva. Net Promoter Score.

UNIDAD 2. FUNDAMENTOS DE FIDELIZACIÓN II.

1. El negocio de satisfacer necesidades.
2. La promesa de Marca.
3. Motivadores de la Fidelidad.

UNIDAD 3. FUNDAMENTOS DE FIDELIZACIÓN III.

1. El ciclo de vida del cliente. Una perspectiva de empresa.
2. El coste de Adquisición del Cliente (CAC).

UNIDAD 4. CUSTOMER LIFETIME VALUE.

1. Customer Lifetime Value (CLV).
2. Relación entre el CLV y la fidelización.
3. CRV. Customer Referral Value.

UNIDAD 5. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES Y ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

1. Entender el mercado y los comportamientos de la clientela.
2. Identificar las clases y los segmentos de la clientela.
3. Definición estratégica.

UNIDAD 6. PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN I

1. Programas de fidelización. Qué son y por qué puede interesas por uno en marcha.
2. ¿Cómo crear un programa de fidelización?
3. Personalidad del club.
4. Objetivos y KPI ?S del club.

UNIDAD 7. PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN II

1. Elementos que constituyen el programa. Arquitectura.
2. Mantenimiento de la operativa del programa. Journeys básicos.

UNIDAD 8. PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN III

1. Objetivos de desarrollo de negocios vs. Indicadores de actividad del programa
2. Objetivo de negocio: incremento de frecuencia de compra.
3. Objetivo de negocio: incremento de la cesta media.
4. Objetivo de negocio: recomendación.
5. Cómo elaborar la rentabilidad del programa de fidelización.
6. Pasivo Exigible.
7. Automatización del programa de fidelización.
8. Lanzamiento y seguimiento del programa.



Inscríbete o solicita más información:



900 92 61 71



www.talention.es



info@talention.es