

# Fidelización de clientes

Octubre 2014

**Cofinanciado por:**



**Organiza:**



**Imparte:**



Convenios Planes de formación 2014

## UNIDAD 1. EVALUACIÓN DEL PUNTO DE PARTIDA.

- 1.1. Identificación del cliente y sus necesidades.
- 1.2. Razones para fidelizar a los clientes.
- 1.3. La economía de la atención y cómo influye en el entorno.
- 1.4. Obtención y análisis de las claves de retención.

## UNIDAD 2. NATURALEZA DEL PROCESO DE FIDELIZACIÓN.

- 2.1. Claves en el proceso de fidelización.
- 2.2. Estrategias de fidelización.

## UNIDAD 3. LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

- 3.1. La calidad del servicio externa-interna.
- 3.2. Recuperar clientes insatisfechos.
- 3.3. La creación de valor intangible.

## UNIDAD 4. DISEÑO DE UN PROGRAMA.

- 4.1. Como se transforman las necesidades en percepciones.
- 4.2. Estrategias para crear valor para los clientes.
- 4.3. Factores para potenciar la fidelidad y satisfacción de los clientes.

## UNIDAD 5. EL CONCEPTO DE IMAGEN DE UNA ENTIDAD.

- 5.1. Atender, saber escuchar, demostrar que se escucha.
- 5.2. Informar.
- 5.3. Dificultades.
- 5.4. Reclamaciones.
- 5.5. Discusiones.
- 5.6. La cortesía y la amabilidad.
- 5.7. La fidelización del cliente como objetivo de la empresa, calidad de servicio, fidelidad y rentabilidad de la empresa: La cadena de la lealtad.

## UNIDAD 6. GESTIÓN OPERATIVA Y MONITORIZACIÓN.

- 6.1. Los sistemas basados en partnership marketing.
- 6.2. Claves de funcionamiento de los sistemas basados en puntos.
- 6.3. Los sistemas soportados en tarjetas de crédito.

El curso es 100% subvencionado (Planes de formación 2014). Está dirigido exclusivamente a trabajadores en activo, por cuenta propia o ajena cuya empresa cotice a la Seguridad Social en Navarra, y a desempleados inscritos como demandantes en cualquiera de las oficinas de empleo de Navarra. La presente acción formativa presencial pretende capacitar a los asistentes para adquirir competencias comerciales clave para la retención y fidelización de clientes, habilidades y conocimientos que puedan aplicar en sus respectivos puestos de trabajo.

### ■ **Objetivos:**

Que el alumno sea capaz de:

- ✓ Desarrollar un enfoque que relacione la retención de clientes y la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Identificar los factores clave que permiten incrementar la satisfacción de los clientes.
- ✓ Definir los criterios para la creación de valor mediante intangibles.

### ■ **Ponente:**

#### **D. Santiago Salazar Cubero**

- Licenciado en Ciencias de la Información.
- Doctor en comunicación.
- Director de la empresa La Fábrica del Talento.

### ■ **Fechas y horario**

9, 16, 23 y 30 de octubre, jueves, en horario de 17 a 21 horas, con un total de 16 horas.

### ■ **Lugar:**

Club de Marketing

### ■ **Inscripciones:**

Para información e inscripciones pueden dirigirse a las oficinas del Club de Marketing. Las inscripciones se realizarán una vez recibida la documentación requerida. Plazas limitadas.

### **Requisitos:**

- 1- Fotocopia del DNI.
- 2- Fotocopia de la tarjeta de la Seguridad Social.
- 3- Fotocopia de la última nómina o del recibo de autónomos.
- 4- Ficha del alumno (sin firmar). Deberán descargarla de <http://www.clubdemarketing.org/inscripcion/fichafidelizacionclientes.pdf>

Estos cuatro documentos se deberán enviar a [info@clubdemarketing.org](mailto:info@clubdemarketing.org)



Avda. Anaitasuna 31  
31192 Mutilva (Navarra)  
Tel. 948 29 01 55  
Fax 948 29 04 03  
[www.clubdemarketing.org](http://www.clubdemarketing.org)  
e-mail: [info@clubdemarketing.org](mailto:info@clubdemarketing.org)

