# Técnicas de fidelización de clientes

## Información general.

| | |
|---|---|
| Modalidad | Online |
| Duración | 30 horas |
| Objetivos | Conocer y descubrir los conceptos relacionados con el marketing de fidelización y sus consecuencias.<br>Aprender cómo incrementar el valor del cliente y por tanto cómo incrementar el valor de la compañía.<br>Identificar las mejores estrategias, técnicas y disciplinas que permitirán conquistar clientes cualificados de manera eficaz y eficiente y, finalmente, lograr su fidelidad.<br>Aprender a diseñar un plan de marketing enfocado al cliente (programa de marketing relacional) que permita incrementar las ventas al cliente, vincularlo a la marca durante el mayor tiempo posible y lograr su satisfacción y recomendación. |

## Programa del curso.

### CONCEPTO DE FIDELIZACIÓN

- Introducción
- ¿Qué es la fidelización?
- Planteamientos en torno a la fidelización
- Uso de la fidelización
- Personalización en la atención
- Fidelización de clientes
- Objetivos de la fidelización

## CLIENTES Y FIDELIZACIÓN

- Motivos que hacen que un cliente sea fiel
- Vínculos con los clientes
- Estructurales
- Basados en la marca
- Actitudinales
- Personales
- Basados en la información y el control
- Basados en el valor
- Sin alternativas o cero opciones
- Expectativas y percepciones de los clientes
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Profesionalidad
- Accesibilidad
- Cortesía
- Comunicación
- Aportaciones de la fidelización
- Lograr la fidelización
- Aspectos a analizar
- Puntos sobre los que actuar
- Tener clientes leales
- Satisfacción del cliente
- Sistemas para conocer la satisfacción del cliente
- Quejas y reclamaciones
- Oportunidad o amenaza: una queja es un regalo

## UNA ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

- Proveedores de soluciones
- Estrategia de diferenciación
- Ventajas e inconvenientes de la estrategia de diferenciación

### Posibles formas de diferenciación

- En base a innovación
- En base a calidad
- En base a la capacidad de reacción
- En base a la diversificación
- Los servicios como herramienta para lograr la diferenciación

## SISTEMAS DE FIDELIZACIÓN

- El compromiso mutuo de fidelidad (Fideliting)
- Sistemas de fidelización
- Tarjetas de fidelización
- Cupones descuento
- Club de clientes
- Dinero virtual
- Regalos
- Venta cruzada cross selling
- Revista de consumidor
- Call centers
- Comunicaciones personalizadas
- Descuentos
- El programa de fidelización
- Diseño del programa de fidelización
- Cómo diseñar un programa de fidelización de éxito

## FIDELIZACIÓN ON LINE

- Conceptos de la fidelización on line
- Fidelizar clientes en Internet
- Contribuciones de Internet al Marketing relacional
- Estrategias
- Peculiaridades de los programas de fidelización en Internet
- Ventajas de la fidelización on line
- El CRM y la lealtad
- Claves del CRM
- Aportaciones del CRM
- Internet y el CRM
- Diferencias entre DBM y CRM

## MARKETING ONE TO ONE

- Marketing one to one
- Principios del Marketing one-to-one
- Ventajas del Marketing one to one

## Utilización Del Marketing one to one

- Marketing emocional
- Del marketing relacional al marketing emocional
- Concepto de marketing emocional
- Las emociones
- El poder de las emociones
- Lo que desean los clientes

## BASES DE DATOS Y LA FIDELIZACIÓN

- Las bases de datos
- Concepto de base de datos
- Tipos de bases de datos
- Formas de adquisición de una base de datos
- Segmentación en la base de datos
- Segmentación por valor
- Conocer a los clientes
- Investigar para asegurarse una buena base de datos
- La base de datos ideal
- La base de datos de la propia empresa
- Conservar
- Eficacia

## LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE FIDELIZACIÓN

- Concepto de comunicación
- Cómo mejorar la comunicación con los clientes