

Fidelización de clientes

Fidelización de clientes

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

· 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.

Metodología:

© icaformación2026

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. 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 dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

MÓDULO 1: El Cliente Fiel

TEMA 1. Lealtad al Cliente

La Fidelidad del Cliente: Objetivo de la Empresa

Concepto de Lealtad

Causas de la Lealtad I

Causas de la Lealtad II

Consecuencias de la Lealtad

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

© icaformación2026

TEMA 2. Gestión de la Lealtad

Enfoque Global I

Enfoque Global II

La Escalera de la Lealtad

Ofrecimiento de Valor al Cliente

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 3. La Relación con el Cliente

El Cliente Fiel

El Cliente, la Base de la Fidelización I

El Cliente, la Base de la Fidelización II

Fidelidad y Retención

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

MÓDULO 2: La Base de Datos de Marketing

© icaformación2026

TEMA 4. ¿Qué se Entiende por Base de Datos de Marketing?

Características de una Base de Datos de Marketing (BDDM) I

Características de una Base de Datos de Marketing (BDDM) II

La Base de Datos de Marketing (BDDM) y la Lealtad

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

MÓDULO 3: Segmentación del Cliente

TEMA 5. Modelos de Segmentación

La Segmentación como Estrategia de Marketing I

La Segmentación como Estrategia de Marketing II

Las Variables de Segmentación I

Las Variables de Segmentación II

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 6. El Fenómeno de Internet y su Fidelización

© icaformación2026

Evolución de las Bases de Datos de Marketing (BDDM)

Herramientas de Internet para Fidelización I

Herramientas de Internet para Fidelización II

Trato Personalizado a través de Internet

Publicidad mediante Internet I

Publicidad mediante Internet II

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuestos Prácticos

© icaformación2026