

DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- Determinar el concepto de fidelización
- Determinar las características del cliente o consumidor
- Analizar en qué consiste la lealtad en el marco empresarial
- Establecer las diferencias entre retención y fidelización

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 110 h

Plazo máximo de realización: 70 días



Titulación Otorgada

Fidelización, calidad y gestión de clientes



Título emitido por

Intedya
International Dynamic Advisors



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Contenido interactivo
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE FIDELIZACIÓN.
UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE CLIENTES.
UNIDAD DIDÁCTICA 3. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
UNIDAD DIDÁCTICA 4. FACTORES FUNDAMENTALES DE LA FIDELIDAD.
UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA EXPLICACIÓN DE LA FIDELIDAD.
UNIDAD DIDÁCTICA 6. VENTAJAS DE LA FIDELIDAD.
UNIDAD DIDÁCTICA 7. VENTAJAS DE LA FIDELIDAD (II).
UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DEL SERVICIO.
UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DEL VALOR Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO.
UNIDAD DIDÁCTICA 10. VALOR PERCIBIDO POR LOS CLIENTES.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MARKETING INTERNO.
UNIDAD DIDÁCTICA 12. PRINCIPIOS ORGANIZATIVOS. REINGENIERÍA.
UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS EXPECTATIVAS Y LAS PERCEPCIONES.
UNIDAD DIDÁCTICA 14. EL SERVICIO DESEADO.
UNIDAD DIDÁCTICA 15. EL SERVICIO ESPERADO.
UNIDAD DIDÁCTICA 16. LAS PERCEPCIONES.
UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA CALIDAD DEL SERVICIO.
UNIDAD DIDÁCTICA 18. DEFICIENCIAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO.
UNIDAD DIDÁCTICA 19. EXPECTATIVAS DE CALIDAD.
UNIDAD DIDÁCTICA 20. MEJORA DEL SERVICIO.
UNIDAD DIDÁCTICA 21. IMPLANTACIÓN DEL PLAN.
UNIDAD DIDÁCTICA 22. PLAN DE CALIDAD.
UNIDAD 21 REDISEÑO DE LOS PROCESOS.
UNIDAD DIDÁCTICA 23. MARKETING DE RELACIONES.
UNIDAD DIDÁCTICA 24. MARKETING RELACIONAL (II).
UNIDAD DIDÁCTICA 25. ESTRATEGIA DE MARKETING RELACIONAL.
UNIDAD DIDÁCTICA 26. ESTRATEGIA DE MARKETING RELACIONAL (II).
UNIDAD DIDÁCTICA 27. IMPLANTACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL.
UNIDAD DIDÁCTICA 28. LA VENTA RELACIONAL.
UNIDAD DIDÁCTICA 29. DIMENSIONES DEL MARKETING RELACIONAL.

UNIDAD DIDÁCTICA 30. ORIENTACIÓN AL CONSUMIDOR.
UNIDAD DIDÁCTICA 31. LA INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y RETENCIÓN DE CLIENTES.
UNIDAD DIDÁCTICA 32. EL TIEMPO DE RESPUESTA.
UNIDAD DIDÁCTICA 33. RECUPERACIÓN DEL SERVICIO.
UNIDAD DIDÁCTICA 34. INSTRUMENTOS DE FIDELIZACIÓN.
UNIDAD DIDÁCTICA 35. PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN.
UNIDAD DIDÁCTICA 36. CRM.
UNIDAD DIDÁCTICA 37. GESTIÓN DE BASES DE DATOS.