



 **EUROINNOVA.ES**
Líder en Formación a distancia

Técnico Superior en Fidelización de Clientes (Online)

Técnico Superior en Fidelización de Clientes (Online)

Duración: 300 horas

Precio: 180 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

Descripción

Mediante el entendimiento del concepto de marketing de relaciones y su correcta aplicación, se podrán identificar las causas generadoras de lealtad del cliente así como las consecuencias de éstas para la empresa. Igualmente resulta imprescindible el conocimiento de las herramientas y tácticas para la consecución de la fidelidad de los clientes. Aprenderás cómo actuar ante los clientes para obtener un resultado positivo en todo momento.



A quién va dirigido

A todos aquellos profesionales que, por su trabajo dentro de una organización y tratando el factor humano como agente relevante, tengan que transmitir a sus clientes una condición de confianza que se convierta en garantía de fidelidad y buena imagen.

Objetivos

El objetivo del presente curso es descubrir los conceptos relacionados con el marketing de relaciones, identificando las causas generadoras de la lealtad del cliente y analizando las consecuencias que la lealtad produce para la empresa. Además se pretende que los alumnos identifiquen los elementos diferenciadores de las empresas para lograr lealtad y cuáles son los pasos que da el cliente hasta hacerse fiel. Pretendemos que gracias al curso se perciban los valores que el cliente desea encontrar en sus transacciones comerciales. De la misma forma, existe gran importancia en cuanto a las necesidades del cliente y el proceso de compra, por lo que ésta será otra de las competencias de nuestro curso.

Para que te prepara

Gracias al curso y a la profundización en conceptos del ámbito de la comunicación, conseguirás la capacidad para utilizar como herramienta de trabajo el marketing de relaciones. Prepárate para intervenir como factor para la construcción de la confianza del consumidor a través de las relaciones personales.

Salidas laborales

Comercial, Proveedor, Encargado, Azafata, Dependiente, Empresario,

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



Metodología

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. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Materiales didácticos

- CDROM 'Manual del Alumno de la Plataforma de E-Learning'
- Paquete SCORM



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

TEMA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

Reflexión sobre la comunicación
Cliente/Consumidor
Queja/Objeción
Reclamación
Tarea profesional
Concepto de calidad
Criterios de calidad
Concepto de excelencia
El equipo y la imagen corporativa
La sinergia grupal

TEMA 2. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

Servicio al cliente
Asistencia al cliente
Información y formación del cliente
Satisfacción del cliente
Formas de hacer el seguimiento
Derechos del cliente-consumidor

TEMA 3. LEALTAD AL CLIENTE

Marketing Relacional
El enfoque del marketing
Marketing Relacional (CRM)
Concepto de fidelidad
El cliente actual
Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto
Concepto de lealtad

TEMA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD

Causas de la lealtad
La percepción del cliente
El factor producto
La marca
El factor precio
Canal de distribución
La promoción
Consecuencias de la lealtad

TEMA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD

Introducción
Diferenciación empresarial
Pilares de la empresa
Fidelización del cliente interno
Fidelización de los inversores
La escalera de la lealtad
Ofrecimiento de valor al cliente

+ Información Gratis

TEMA 6. EL CLIENTE FIEL

Concepto de cliente

¿El cliente siempre tiene la razón?

El proceso de compra

¿A quién fidelizar?

Ventajas de la fidelidad para el cliente

Clases de fidelidad del cliente

Anexo I. Fidelización de Clientes

TEMA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN

Introducción

Principales causas de la insatisfacción del cliente

El decálogo del cliente

La excelencia en la atención al cliente

La calidad del servicio al cliente

TEMA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES

Introducción

¿Por qué surgen las reclamaciones?

Directrices en el tratamiento de quejas

¿Qué hacer ante el cliente?

¿Qué no hacer ante el cliente?

Actitud ante las quejas y las reclamaciones

Tratamiento de dudas y objeciones

Atención telefónica en el tratamiento de quejas

TEMA 9. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

Consideraciones previas

Cuestiones prácticas de negociación

Estrategias para cerrar la venta

Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

Programas de fidelización

Diseño del programa de fidelización

Medición de los programas de fidelización