



# Guía Didáctica

## Técnicas comerciales: la fidelización de clientes

REF: 1510001FC

Modalidad: Online

Duración: 60 horas

### Objetivos del curso

- Conocer las claves de la fidelización y cómo obtener beneficios económicos.
- Aprender a usar la fidelización para combatir la crisis y ser más competitivo.
- Utilizar la calidad como medio de fidelización y diferenciación.
- Lograr orientar la empresa al cliente.
- Usar la información para afianzar al cliente, cómo preguntar.
- Usar las técnicas comerciales para recuperar los clientes, conocer su nivel de satisfacción.
- Entrenar las habilidades sociales.
- Utilizar la inteligencia emocional para ganar más clientes.
- Aprender nociones básicas sobre comunicación hablada y lenguaje corporal.
- Aprender sobre la personalización en el servicio y la customización del producto.
- Identificar clientes indeseados y su tratamiento.
- Tener nociones para la gestión efectiva de quejas y reclamaciones.
- Conocer diversas técnicas de fidelización como el up selling, la venta cruzada.

# Contenidos de la formación

## **UNIDAD 1 LA FIDELIZACIÓN**

Concepto.

Las claves de la fidelización.

Herramienta para superar la crisis.

Beneficios.

## **UNIDAD 2. SERVICIO DE CALIDAD.**

Concepto de servicio.

Importancia de la calidad.

Dimensiones de la calidad.

## **UNIDAD 3. MODELOS DE FIDELIZACIÓN.**

Modelo sencillo.

Club de clientes.

CRM.

Modelo comercial.

## **UNIDAD 4. EL CLIENTE.**

Definición.

Tipos de clientes.

Orientación al cliente.

Recuperación de clientes.

## **UNIDAD 5. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.**

Concepto.

Aspectos de la satisfacción del cliente.

Sistema de valores del cliente.

Comportamiento del consumidor.

Los roles del consumidor.

## **UNIDAD 6. HABILIDADES SOCIALES.**

Definición.

Tipos de habilidades.

Entrenamiento de las habilidades.

Habilidad personal y habilidad técnica.

## **UNIDAD 7 LA COMUNICACIÓN.**

La comunicación hablada.

El lenguaje corporal.

La escucha activa.

Cómo prestar más atención.

## **UNIDAD 8 LA ATENCIÓN PERSONALIZADA.**

Personalización.

Customización.

Discriminación positiva de clientes.

Los clientes indeseados.

Gestión de reclamaciones.

Resolución de incidencias.

## **UNIDAD 9. MARKETING Y FIDELIZACIÓN.**

Políticas de fidelización.

Marketing interno.

Marketing one to one.

Marketing relacional.

Venta cruzada.

Up Selling.

## Generalidades de la formación

### Metodología:

Formación en modalidad online de 60 horas de duración.

Los cursos online no disponen de material didáctico físico. El acceso al contenido y a los recursos complementarios se realiza a través del aula virtual, identificándose con las claves de acceso que se le proporcionan a cada alumno.

Las tutorías por parte del docente se realizan a través de la plataforma virtual, mediante la cual el docente/tutor dinamiza la formación, resuelve todas las dudas que puedan surgir respecto a la materia, promueve la participación de los alumnos/as y vela por el aprovechamiento de los contenidos didácticos, con tutorías personalizadas.

Es obligatorio realizar el curso a través del campus virtual. Para que el curso sea válido, el/la alumno/a debe acceder dentro del período establecido de forma progresiva (fechas de inicio y finalización) al 75% del temario a través de la plataforma y realizar todas la/s prueba/s de evaluación propuesta/s. El tiempo de conexión de los participantes debe estar en consonancia con el aprendizaje y las horas de duración del curso, como mínimo, será del 30% del total. Se emitirá diploma acreditativo una vez superados los requisitos del curso.

### Requisitos para la bonificación:

Para que la formación bonificada sea considerada válida, el/la alumno/a debe:

- Acceder a la plataforma virtual de manera continua y progresiva dentro de las fechas de inicio y fin. El tiempo de dedicación del alumno debe estar en consonancia con la duración del curso.
- Visualizar al menos el 75% de los contenidos teóricos del curso y realizar como mínimo el 75% de las actividades y/o pruebas de evaluación.
- Aprobar la/s evaluación/es final/es obteniendo una calificación mínima de 5/10.