

# Fundamentos de Fidelización de Clientes

Sku: PH10B02C02

Horas: 10



## OBJETIVOS

Ser capaz de extraer el "esquema Storytelling" en las estrategias políticas, para obtener el condensado aplicable con el que diseñar nuestros propios esquemas Storytelling.

## CONTENIDOS

**Unidad 1. Fundamentos de fidelización I.** 1. ¿Es posible fidelizar a un cliente? 2. Diferencia entre satisfacción y fidelidad. 3. La fidelización como estrategia empresarial. 3. 1 ¿En qué mercados es más importantes? 3.2 ¿Qué ventajas nos proporciona la fidelidad? 4. Una medida de fidelidad objetiva e histórica. Tasa de retención. 5. Una medida de fidelidad emocional y prospectiva. Net Promoter Score. **Unidad 2. Fundamentos de fidelización II.** 1. El negocio de satisfacer necesidades. 1.1 Necesidades de Utilidad. 1.2 Necesidades sociales y emocionales. 1.2.1 Necesidades sociales. 1.2.2 Necesidades emocionales. 2. La promesa de Marca. 3. Motivadores de la Fidelidad. **Unidad 3. Fundamentos de Fidelización III.** Marketing Relacional, Ciclo de vida y Coste de Adquisición del Cliente. 1. El ciclo de vida del cliente. Una perspectiva de empresa. 1.1 Fases del ciclo de vida. 2. El Coste de Adquisición del Cliente (CAC). **Unidad 4. Valor del Ciclo de Vida del Cliente. Customer Lifetime Value (CLV).** 1. Customer Lifetime Value (CLV). 2. Relación entre el CLV y la fidelización. 3. CRV. Customer Referral Value.