

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.