



## Fidelización y captación de clientes 2.0

**Sku:**

PS\_COMT0005\_COMM113PO

**Horas:** 54

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

- Proporcionar a los profesionales del área de marketing una visión general sobre las estrategias de fidelización de clientes, la captación de nuevos clientes y acciones de recuperación y retención, incluyendo técnicas de fidelización on line.
- Identificar los criterios sobre los que asentar la proposición de valor entre el producto y el mercado, poniendo en el centro de la estrategia digital el elemento básico: los clientes.
- Desarrollar una comprensión más profunda de nuestros clientes.
- Diseñar productos y servicios basados ??en las necesidades del cliente.
- Entender la importancia de la implantación del marketing digital en la empresa.
- Dominar las estrategias imprescindibles para el desarrollo de clientes.
- Conocer las ventas y el marketing como fuerza impulsora de la creación de valor de las compañías.

### CONTENIDOS

**MÓDULO I. Fidelización y retención de clientes** **Unidad 1. Aplicación de planes de fidelización del cliente en la estrategia empresarial** - El conocimiento del cliente como núcleo del plan de fidelización - El plan de fidelización. Las claves para el diseño de un plan orientado a la satisfacción y lealtad del cliente. - Customer Experience Management. - La medida del plan de fidelización. **Unidad 2. Gestión de clientes** - Captación de nuevos clientes. Análisis y usos de herramientas online y offline para conseguir nuevos clientes. - Captación de nuevos clientes. - “En búsqueda de nuevos fieles a nuestra compañía”. - Nuevos clientes y estrategias de fidelización. Nuevos retos de la fidelización ante la crisis en los mercados y la internacionalización de sus productos y/o servicios. **Unidad 3. Aplicación de una estrategia, diseño e implementación de acciones de retención y recuperación de clientes** - La retención de clientes. - El cliente se va, ¿Por qué y que podemos aprender? **Unidad 4. Aplicación de una estrategia de fidelización en soporte digital** **MÓDULO II. Value proposition design** **Unidad 1. Plan de Marketing Digital**

- Plan de marketing - ¿Qué es el marketing digital? - Estrategias para marketing digital

## **Unidad 2. CRM**

- Introducción - Fases del proceso de un CRM - Beneficios y ventajas - Implementación - ¿Está preparada tu empresa? - Errores más frecuentes - CRM para solucionar problemas de la empresa

**Unidad 3. Conquista a tu audiencia** - Introducción al buyer persona - Cómo crear tu Buyer Persona - Herramientas - Una web social - Las redes sociales - Aplicación a negocio - ¿Qué es un Community Manager? -Tareas y funciones del Community Manager - Metas del Community Manager - Habilidades y aptitudes en la gestión de redes sociales - Casos de éxito en gestión de redes sociales - Qué es y qué aporta un blog - Mi primer blog - Diseño y plantillas - Cómo destacarlo en la web: herramientas - Tipos de estrategia - Newsletter y Blog - Curación de contenidos - Storytelling