COMT036PO Fidelización, calidad y gestión de clientes

Sku: PHCOMT036PO
Fidelización, calidad y gestión de cli

Horas: 110

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos sobre las estrategias necesarias para lograr la fidelización de clientes, empleando los sistemas de gestión de calidad y herramientas como bases de datos, técnicas de marketing relacional y retención de cliente

CONTENIDOS

1. CONCEPTO DE FIDELIZACIÓN.
2. GESTIÓN DE CLIENTES.
3. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
4. FACTORES FUNDAMENTALES DE LA FIDELIDAD.
5. LA EXPLICACIÓN DE LA FIDELIDAD.
6. VENTAJAS DE LA FIDELIDAD.
7. VENTAJAS DE LA FIDELIDAD (II).
8. GESTIÓN DEL SERVICIO.
9. GESTIÓN DEL VALOR Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO.
10. VALOR PERCIBIDO POR LOS CLIENTES.
11. MARKETING INTERNO.
12. PRINCIPIOS ORGANIZATIVOS. REINGENIERÍA.
13. LAS EXPECTATIVAS Y LAS PERCEPCIONES.
14. EL SERVICIO DESEADO.
15. EL SERVICIO ESPERADO.
16. LAS PERCEPCIONES.
17. LA CALIDAD DEL SERVICIO.
18. DEFICIENCIAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO.
19. EXPECTATIVAS DE CALIDAD.
20. MEJORA DEL SERVICIO.
21. IMPLANTACIÓN DEL PLAN.
22. PLAN DE CALIDAD. REDISEÑO DE LOS PROCESOS.
23. MARKETINGDE RELACIONES.
24. MARKETING RELACIONAL (II).

25. ESTRATEGIA DE MARKETING RELACIONAL.
26. ESTRATEGIA DE MARKETING RELACIONAL (II).
27. IMPLANTACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL.
28. LA VENTA RELACIONAL.
29. DIMENSIONES DEL MARKETING RELACIONAL.
30. ORIENTACIÓN AL CONSUMIDOR.
31. LA INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y RETENCIÓN DE CLIENTES.
32. EL TIEMPO DE RESPUESTA.
33. RECUPERACIÓN DEL SERVICIO.
34. INSTRUMENTOS DE FIDELIZACIÓN.
35. PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN.
36. CRM.
37. GESTIÓN DE BASES DE DATOS.