

Fidelización y retención de clientes



Sku: PC941

Horas: 24

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.

CONTENIDOS

Fundamentos y plan de fidelización.

Para comenzar.

En esta lección introductoria descubrirás por qué la fidelización y la retención de clientes han pasado de ser una táctica de marketing a convertirse en una estrategia fundamental para el éxito empresarial. Te presentaremos los conceptos clave, el impacto financiero de la retención y los términos esenciales que facilitan el avance por la unidad. Ideal para situar el mapa general antes de sumergirnos en cada tema en profundidad.

Importancia estratégica de la fidelización.

En esta lección profundizaremos en el valor estratégico de la fidelización y cómo se ha convertido en una de las armas competitivas más importantes para las organizaciones en la actualidad. Analizaremos por qué retener clientes es mucho más rentable que captar nuevos, cómo la fidelidad impacta los resultados financieros, los modelos conceptuales clave, tipologías de lealtad, riesgos, tendencias y casos prácticos. Al terminar, comprenderás cómo justificar inversiones en fidelización desde el punto de vista financiero, operativo y ético, y cómo convertir una simple oferta en una verdadera ventaja competitiva sostenida.

Conocimiento detallado del cliente.

En esta lección, profundizaremos en el arte y la ciencia de conocer al cliente a un nivel granular y accionable. Cubriremos desde los tipos y fuentes de datos más relevantes, el valor incremental de integrar datos cualitativos y cuantitativos y los frameworks clave

(personas, Jobs To Be Done, momentos de la verdad), hasta los cimientos tecnológicos para la vista 360°, los retos de gobernanza y calidad, y las mejores prácticas analíticas. También exploraremos casos sectoriales y una checklist práctica para diseñar programas de fidelización que parten de insight, respetan la ética y maximizan el valor a largo plazo. Esta lección es esencial para convertir datos dispersos en inteligencia accionable que impulse captación, retención y rentabilidad de manera sostenible.

Segmentación y personalización.

En esta lección profundizarás en cómo segmentar eficazmente tu base de clientes y cómo avanzar hacia la personalización 1-a-1. Partiremos de los principios y modelos clásicos, para después explorar nuevas dimensiones dinámicas impulsadas por datos y machine learning. Aprenderás a elegir y aplicar métodos, construir segmentos rentables, operar tecnologías clave como CDP y RID, y potenciar la experiencia del cliente con personalización relevante y ética, garantizando el cumplimiento normativo. La lección integra ejemplos de distintos sectores, soluciones prácticas y ejercicios interactivos para que puedas aplicar lo aprendido en tu propia organización o proyecto.

Diseño del plan de fidelización.

Descubre cómo convertir la fidelización de clientes en un motor de crecimiento real a través del diseño y la implantación de un plan estratégico, viable y medible. En esta lección, aprenderás a traducir la teoría en acciones concretas, equilibrando rentabilidad, experiencia de cliente, tecnología y gobernanza. Recorrerás los pasos clave desde la fase de diagnóstico hasta la optimización continua, analizarás un caso íntegro, dominarás los pilares de una propuesta de valor efectiva y entenderás cómo argumentar frente a cualquier comité financiero. Incluye ejemplos inspiradores, riesgos habituales, plantillas prácticas y referencias globales para que puedas crear e implementar tu propio plan de fidelización, sea en una PYME local o en una empresa multinacional.

Customer experience management.

Descubre cómo la gestión de la experiencia del cliente (Customer Experience Management, CXM) se ha convertido en el factor decisivo para la retención y el crecimiento sostenido en mercados hipercompetitivos. A lo largo de esta lección, recorrerás desde los orígenes de la disciplina hasta los modelos de madurez actuales basados en datos, IA y personalización omnicanal. Aprenderás cómo mapear los viajes del cliente, medir puntos clave como NPS, NRR y ARPU, diseñar programas de Voice of the Customer efectivos e integrar cultura, procesos y tecnología para orquestar experiencias memorables que impactan el EBITDA. Incluye directrices de ética, gobierno y regulación para convertir la experiencia en una auténtica ventaja competitiva.

KPIs y métricas de fidelización.

En esta lección aprenderás a medir, analizar y optimizar iniciativas de fidelización utilizando indicadores clave de desempeño (KPIs). Descubrirás las métricas de comportamiento, economía, experiencia y programas de lealtad que convierten la voz del cliente en lenguaje financiero y operacional comprensible para toda la organización. Analizaremos fórmulas,

ejemplos, mejores prácticas de visualización de cuadros de mando y errores comunes en la medición. Al finalizar, podrás justificar y mejorar las decisiones de fidelización con datos y fundamentos sólidos.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección pondrás en práctica tu creatividad, pensamiento crítico y habilidades de análisis aplicando los conceptos clave sobre fidelización y retención de clientes. Enfrentarás actividades que van desde el análisis de programas reconocidos hasta el diseño estratégico para pymes y la reflexión ética, retándote a unir conocimiento técnico con sentido práctico y visión profesional.

Estos ejercicios te darán la oportunidad de profundizar en tu comprensión, argumentar con rigor y proponer soluciones originales que conecten conocimientos financieros, tecnológicos y humanos en el marco de la fidelización moderna.

Role playing y estado de avance.

En esta lección de repaso consolidarás los conocimientos adquiridos en la unidad. Primero, podrás entrenar los conceptos clave a través de tarjetas didácticas y memoria activa. Después, practicarás tus habilidades presentando un plan de fidelización ante un directivo financiero experto en un role play simulado. Así, finalizarás la unidad con confianza y destreza para aplicar todo lo aprendido en situaciones reales.

Evaluación de la unidad.

Comprueba tu dominio de los conceptos clave de la unidad resolviendo este test de selección múltiple. Las preguntas cubren desde estrategias de retención, métricas, segmentación y personalización, hasta gestión de programas y ética de datos. La autoevaluación te ayudará a identificar fortalezas y áreas por reforzar antes de continuar con el curso.

Captación, retención y fidelización online.

Para comenzar.

Esta lección introductoria te da la bienvenida a la unidad “Captación, retención y fidelización online”. Descubrirás qué ha cambiado en el juego de atraer y mantener clientes en la era digital, conocerás los conceptos esenciales que aparecerán a lo largo de la unidad y descubrirás el recorrido de aprendizaje que realizarás. Prepárate para un viaje donde los datos, la automatización y la experiencia omnicanal marcan la diferencia entre crecer y simplemente sobrevivir.

Al finalizar esta introducción, sabrás qué tendencias están transformando la captación de clientes, reconocerás las métricas básicas y te sentirás listo para profundizar en las estrategias prácticas de fidelización digital que dominarán el mercado.

Herramientas de captación online y offline.

En esta lección exploraremos a fondo el panorama actual de la captación de clientes, analizando tanto herramientas digitales como presenciales. Aprenderás a combinar medios propios, pagados y ganados, a evaluar ventajas y riesgos de cada canal, a orquestar acciones omnicanal y a medir su impacto con métricas comparables. Usaremos ejemplos sectoriales, frameworks de automatización y comparativas de inversión, terminando con ejercicios prácticos y actividades para consolidar el aprendizaje.

También veremos cómo las tendencias tecnológicas como la IA, la automatización y la eliminación de cookies están redefiniendo la captación, y cómo conectarlas con la experiencia post-clic, la retención y la fidelización en entornos de alta competencia y regulación.

Diseño de campañas de captación y conversión.

Descubre cómo crear y escalar campañas de captación de clientes que sean rentables y sostenibles en un entorno digital cada vez más desafiante. Aprenderás el método CAPTAR, desde el análisis del contexto, la segmentación de audiencias y la propuesta de valor, hasta el trayecto post-clic, la medición y la optimización continua.

En este recorrido práctico y profundo analizaremos métricas clave, frameworks creativos, ejemplos sectoriales reales y experimentos efectivos para mejorar la adquisición, conversión y lealtad de clientes.

Estrategias de fidelización ante crisis e internacionalización.

En esta lección, aprenderás a diseñar y adaptar estrategias de fidelización que resistan contextos de crisis económicas, cambios regulatorios, retos reputacionales y escenarios de internacionalización. Analizaremos cómo las marcas líderes ajustan sus programas ante presiones como la inflación y la volatilidad de mercado, adaptando tácticas y métricas de éxito. Explorarás casos reales y ficticios, herramientas tecnológicas, gestión financiera del pasivo, principios de transparencia y localización, así como rutas prácticas para proteger la rentabilidad y la confianza del cliente a nivel global.

Análisis de abandono del cliente.

En esta lección te sumergirás en el análisis de abandono del cliente (churn): sus causas, impacto y métricas clave. Aprenderás a medir y clasificar el abandono, interpretar cohortes, construir modelos predictivos y activar intervenciones inteligentes que maximicen la retención y el valor del cliente. Explorarás desde las bases del churn voluntario e involuntario, hasta la implementación de reglas con IA y automatización, pasando por mejores prácticas, errores frecuentes y ejercicios prácticos.

Incluiremos metodologías de diagnóstico, diseño de incentivos, cuantificación del impacto y tecnología habilitadora, preparando el terreno para que puedas tomar decisiones basadas en datos en programas reales de fidelización y retención.

Programas de retención y recuperación.

En este contenido te sumergirás en las claves para evitar la fuga de clientes y recuperar cuentas inactivas en un mundo digital y competitivo. Aprenderás a interpretar señales de abandono, construir modelos predictivos, diseñar sistemas de incentivos rentables y crear tecnología que soporte desde startups hasta empresas globales. También descubrirás buenas prácticas de gobernanza, control financiero y gestión de riesgos para que la fidelización sea sostenible y escalable, combinando lo mejor de la ciencia de datos, la psicología y la experiencia del cliente.

Fidelización digital: omnicanalidad, automatización y KPIs.

En esta lección descubrirás cómo los programas modernos de fidelización digital se apoyan en la omnicanalidad, la automatización inteligente y el uso estratégico de KPIs para maximizar el valor de vida del cliente. Analizaremos arquitectura de datos, reglas de interacción en tiempo real, generación de contenido personalizado y los principales indicadores para medir salud y rentabilidad de la lealtad. Profundizaremos en la importancia de la coherencia entre canales, la orquestación automática de incentivos, y la gobernanza de datos bajo marcos legales internacionales.

Al finalizar, serás capaz de diseñar y auditar programas de fidelización robustos, adaptados a las exigencias de la era digital y alineados con los objetivos de negocio.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar tu creatividad, pensamiento crítico y conocimientos técnicos para analizar, diseñar y justificar estrategias de captación, retención y fidelización digital. Resolverás situaciones basadas en escenarios reales o ficticios, proponiendo soluciones originales fundamentadas en indicadores y conceptos vistos en la unidad. Estos ejercicios te ayudarán a consolidar tu aprendizaje, preparándote para argumentar ideas y tomar decisiones en contextos dinámicos del marketing digital y la experiencia de cliente.

Role playing y estado de avance.

En esta lección de repaso, pondrás a prueba y reforzarás tus conocimientos clave sobre captación, retención y fidelización de clientes online. Inicia revisando conceptos clave y métricas mediante tarjetas de memoria. Luego, participa en un role play donde defenderás tus estrategias ante un comité directivo exigente, integrando métricas financieras y experiencia del cliente.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba tus conocimientos sobre captación, retención y fidelización online. Lee atentamente cada pregunta antes de responder y asegúrate de repasar los conceptos clave relacionados con métricas, programas de lealtad, omnicanalidad, automatización y gestión financiera en el contexto digital.

Evaluación final .

Evaluación final.

Esta lección es la evaluación final del curso "Fidelización y retención de clientes". Aquí pondrás a prueba tus conocimientos sobre todos los conceptos, herramientas y estrategias presentados en las unidades. El examen combina preguntas de selección múltiple sobre casos, métricas, arquitectura de programas de lealtad y experiencias auténticas de gestión de clientes, junto a un ejercicio escrito para aplicar el conocimiento en situaciones reales.