

Curso fundamentos de comunicación y fidelización con el Cliente

Duración:

40 horas lectivas

Metodología:

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- La comunicación con el tutor se realizará siempre a través de la herramienta de correo habilitada en la plataforma a tal efecto.
- Una vez cumplimentados los ejercicios, se deben enviar al tutor para su corrección. El tutor responderá las consultas que le plantee el alumno en un plazo máximo de 24 horas.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO DE APTITUD a la dirección indicada en la solicitud.

Objetivo:

- Identificar los diferentes tipos de clientes.
- Comprender la importancia de la fidelización de clientes.
- Reconocer los programas de fidelización de clientes.
- Conocer los procesos de comunicación que se producen en la atención a clientes.

- Identificar las situaciones conflictivas a fin de prestar un servicio de atención al cliente de calidad.

Dirigido a:

El curso está dirigido a todas aquellas personas con deseos de desarrollar los procesos de comunicación, la actitud y la metodología necesarias para una efectiva atención al cliente.

Programa

1. El cliente

1. El cliente
2. Características de los usuarios
3. Tipos de clientes
 1. En función de la utilización que el cliente hace
 2. En función de la relación con el cliente
 3. En función del volumen de ventas
 4. En función del potencial del cliente
 5. En función del riesgo de cobro
 6. En función de la frecuencia de la compra
 7. En función de su influencia en otros
 8. En función de factores sociales y estilos de vida

2. Fidelización

1. La importancia de la fidelización
 1. Importancia de la fidelización de clientes
 2. ¿Qué es la fidelización?
2. Programas de fidelización
 1. Diseño del programa de fidelización
 2. Cómo diseñar un programa de fidelización de éxito
 3. Sistemas de fidelización

3. ¿Por qué se pierden los clientes?

1. Causas que impulsan a un cliente a mantener su fidelidad
2. Política de precio y calidad de producto
3. Imagen y prestigio
4. Confianza
5. Otros motivos

4. Metáfora de la fidelización

1. Planteamientos en torno a la fidelización
2. Objetivos de la fidelización

3. El proceso de comunicación con el cliente

1. La empresa somos todos
2. El canal
3. El mensaje
4. La imagen que transmitimos
5. Escucha activa
 1. Concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva
 2. Componentes actitudinales de la escucha efectiva
 3. Signos y señales de escucha
 4. Habilidades técnicas y personales de la escucha efectiva
 5. Errores en la escucha efectiva
6. Tipos de cliente
 1. Agresivo, manipulador y pasivo
 2. Asertivo
7. Escucha activa 'por escrito'
8. Asertividad y empatía
 1. Asertividad
 2. Empatía

4. Situaciones conflictivas

1. Manejo de situaciones conflictivas
2. Quejas y reclamaciones