

# COMUNICACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES



## OBJETIVOS

- Identificar los diferentes tipos de clientes.
- Comprender la importancia de la fidelización de clientes.
- Al finalizar el curso serás capaz de conocer los procesos de comunicación que se producen en la atención a clientes, reconocer los programas de fidelización de clientes e identificar las situaciones conflictivas a fin de prestar un servicio de atención al cliente de calidad.

## 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.

## DURACIÓN, MODALIDAD Y PRECIO

50 Horas

**Modalidad:** Online

Precio: 360 €

Ayudamos a tu empresa a **gestionar la bonificación** de este curso, contacte con nosotros 10 días antes del inicio del curso en [serviciobonificaciones@camaramadrid.es](mailto:serviciobonificaciones@camaramadrid.es)

## METODOLOGÍA

La modalidad de formación online es muy flexible ofreciendo al alumno la posibilidad de formarse cuando y donde quiera a través de nuestro Campus Virtual, por lo que el ritmo de aprendizaje lo marca el alumno. Con acceso multiplataforma podrás asistir a clase desde cualquier dispositivo (Ordenador, Tablet, Móvil...)

- Claustro de profesores compuesto por profesionales en activo, con una gran experiencia profesional en las materias que imparten y que te tutorizarán y guiarán para conseguir tus objetivos.
- Encuentros en tiempo real que permiten el contacto directo alumno-profesor permitiendo una perfecta transferencia del Know How de forma bidireccional.
- Título de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, reconocido empresarialmente a nivel internacional.

## PROGRAMA (1/2)

### UNIDAD 1: EL CLIENTE

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

### UNIDAD 2: FIDELIZACIÓN

1. La importancia de la fidelización.
  - Importancia de la fidelización de clientes.
  - ¿Qué es la fidelización?.



## PROGRAMA (2/2)

### 2. Programas de fidelización.

- Diseño del programa de fidelización.
- Cómo diseñar un programa de fidelización de éxito.
- Sistemas de fidelización.

### 3. ¿Por qué se pierden los clientes?.

- Causas que impulsan a un cliente a mantener su fidelidad.
- Política de precio y calidad de producto.
- Imagen y prestigio.
- Confianza.
- Otros motivos.

### 4. Metáfora de la fidelización.

- Planteamientos en torno a la fidelización.
- Objetivos de la fidelización.

## UNIDAD 3: EL PROCESO DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

- La empresa somos todos.
- El canal y el mensaje.
- La imagen que transmitimos.
- Escucha activa.
- Tipos de cliente.
- Escucha activa "por escrito".
- Asertividad y Empatía.

## UNIDAD 4: SITUACIONES CONFLICTIVAS

### INFORMACIÓN Y MATRÍCULAS:

elearning@camaramadrid.es  
91 538 3838 / 91 538 3500

Escuela de Negocios  
C/ Pedro Salinas, 11  
28043 Madrid

