

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

ESTRATEGIAS DE FIDELIZACION Y RETENCIÓN DE CLIENTES

DESCRIPCIÓN GENERAL

Con un sentido práctico, se efectúa el tratado sobre principios, estrategias, procedimientos y técnicas de fidelización y retención de clientes en el marco de enfoques modernos de márketing orientados a la generación de relaciones de continuidad a largo plazo y asimismo mediante la generación de valor superior. Dentro de una orientación al mercado, se incluyen aspectos sobre calidad de servicio y se identifica y se analizan las preferencias y criterios evaluativos de los mercados, incorporando la fidelización de clientes como parte de las ventajas competitivas mediante mecanismos y programas de lealtad al cliente.

DIRIGIDO A

Profesionales y ejecutivos en general que quieran aprender o profundizar sus conocimientos acerca de la fidelización de clientes como parte primordial de la estrategia global de marketing de la empresa.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, los participantes tendrán las herramientas necesarias que les permitan lograr la fidelización de los clientes y contribuir a la rentabilidad de la organización, desarrollando, reforzando y/o ampliando conocimientos, criterios y habilidades para la formulación de estrategias, mecanismos y programas estructurados de fidelización de clientes, incorporando en el proceso estratégico de márketing un contexto de generación de lealtad de clientes, incluyendo posturas competitivas en el marco de ventajas diferenciales a través de mecanismos y programas de lealtad.

TEMARIO

- Estructuración de valor de conveniencia superior al cliente.
- Principios y factores del márketing relacional.
- Consideraciones sobre estrategias de fidelización de clientes.
- Principios y técnicas de calidad de servicio en el marco de generación de lealtad.
- Desarrollo de relaciones sostenibles con clientes.
- Mecanismos de retención y fidelización/lealtad de clientes.
- Factores clave y estructuración de programas de lealtad de clientes.
- La comunicación relacional.

EXPOSITOR: MAURICIO LERNER

Magíster en Ingeniería e Ingeniero Industrial, Universidad de Massachusetts. Profesor de Programas de Maestría y de Extensión Profesional de CENTRUM CATÓLICA, habiéndolo sido en la Universidad del Pacífico y en la Universidad de Lima. Miembro del panel de expertos en competitividad del International Institute for Management Development - IMD de Lausanne, Suiza. Director de Marketing Dynamics, firma especializada en consultoría de marketing, calidad de servicio y ventas. Ha ocupado cargos ejecutivos en empresas internacionales en EE.UU y en el Perú

DURACION: 24 HORAS**DIA: LUNES**