

MARKETING Y VENTAS

ESTRATEGIAS DE FIDELIZACION Y RETENCION DE CLIENTES

DESCRIPCIÓN GENERAL

Para las empresas, es de vital importancia fidelizar a los clientes para asegurar la continuidad del negocio. Para lograr este objetivo es necesario que la empresa conozca las necesidades de los clientes y que supere consistentemente sus expectativas logrando así su satisfacción.

Se requiere que la empresa en su conjunto esté orientada hacia el cliente, que cada encuentro del servicio sea cuidadosamente realizado para que el cliente tenga una experiencia positiva memorable.

El curso proporciona a los participantes una visión integral y práctica de las principales variables, procesos y decisiones necesarias para lograr la fidelización de los clientes logrando con ellos una relación de largo plazo.

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.

TEMARIO

- El trébol de la fidelización.
- El corazón:
 - Cultura Orientada al cliente.
 - Ventajas de la fidelización.
 - Calidad de servicio.
 - Estrategia relacional
 - SERQUAL.
 - Modelo de brechas.
- Información del cliente
 - Dimensiones del servicio.
 - El método NPS.
 - Métodos utilizados para recopilar información de los clientes.
 - CRM.
- Marketing interno.
 - El plan del marketing interno.
 - La comunicación interna.
- Comunicación.
 - El círculo virtuoso de la comunicación interactiva con los clientes.
 - Factores generadores de lealtad.
- Gestión de la experiencia del cliente.
 - Los encuentros del servicio.
 - El plano del servicio.
 - Cómo lograr experiencias memorables.

- Incentivos y privilegios.
 - Diseño de un plan de fidelización.

EXPOSITOR: LUIS ARDITTO

Master en Consultoría y Dirección Turística con mención en Turismo Sostenible por la Universidad de Piura, Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Lima, también posee el Diplomado en Mercadotecnia por ESAN;

Actualmente se encuentra cursando el Doctorado en Administración de Empresas en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (España).

En relación a su experiencia profesional, se inició ejecutivamente en La Fabril S.A. en el área de Comercialización Aceitería, luego fue Subgerente de Ventas de la Línea Industrial y Promociones en Bakelita y Anexos S.A. (BASA); Gerente de Ventas y Marketing en J.V.C. Baterías Record S.A.; Gerente Comercial en Instamark S.A.; Asesor Corporativo del Grupo Toyofuku; Asesor y Gerente de Marketing de la Clínica Stella Maris. Con 20 años de experiencia como docente universitario en pre y posgrado.

Actualmente es Profesor en la Escuela de Negocios de la Universidad de Lima para las carreras de Administración, Marketing y Contabilidad a nivel de pregrado.

Es docente de posgrado en la Universidad de Piura en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales así como en el Instituto de Desarrollo Económico de la Universidad - ESAN.

DURACION: 24 HORAS

DIA: LUNES