



PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA
FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES
COMT037PO

PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

1. Familia Profesional COMERCIO Y MARKETING

Área Profesional: COMPRAVENTA

2. Denominación: FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES

3. Código: **COMT037PO**

4. Objetivo General: 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.

5. Número de participantes:

Máximo 25 participantes en modalidad presencial.

6. Duración:

Horas totales: 24

Modalidad: Presencial

Distribución de horas:

Presencial:..... 24

Teleformación:..... 0

7. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento:

Contará con los m2 suficientes para albergar el equipamiento específico y la maquinaria necesaria para el desarrollo de la acción formativa

7.1 Espacio formativo:

AULA POLIVALENTE:

El aula contará con las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo de la acción formativa.

- Superficie: El aula deberá contar con un mínimo de 2m² por alumno. En caso de que el aula esté equipada con ordenadores , deberá contar con un mínimo de 3m² por alumno.
- Iluminación: luz natural y artificial que cumpla los niveles mínimos preceptivos.
- Ventilación: Climatización apropiada.
- Acondicionamiento eléctrico de acuerdo a las Normas Electrotécnicas de Baja Tensión y otras normas de aplicación.
- Aseos y servicios higiénicos sanitarios en número adecuado.
- Condiciones higiénicas, acústicas y de habitabilidad y seguridad, exigidas por la legislación vigente.
- Adaptabilidad: en el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad dispondrá de las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar la participación en condiciones de igualdad.
- PRL: cumple con los requisitos exigidos en materia de prevención de riesgos laborales

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos, así mismo constará de las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

7.2 Equipamientos:

- Pizarra para escribir con rotulador.
- Equipo audiovisual.
- Rotafolios.
- Material de aula.
- Mesa y silla para formador.
- Mesas y sillas para alumnos.

- PCs instalados en red, cañón de proyección.
- Software específico.
- Acceso a Internet.

Se entregará a los participantes los manuales y el material didáctico necesarios para el adecuado desarrollo de la acción formativa

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes. En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

8. Requisitos necesarios para el ejercicio profesional:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si existen requisitos legales para el ejercicio de la profesión)

9. Requisitos oficiales de los centros:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si para la impartición de la formación existe algún requisito de homologación / autorización del centro por parte de otra administración competente.

10. CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- 1.1. El conocimiento del cliente como núcleo del plan de fidelización.
- 1.2. El plan de fidelización. Las claves para el diseño de un plan orientado a la satisfacción y lealtad del cliente.
- 1.3. Customer Experience Management.
- 1.4. La medida del plan de fidelización.

2. QUÉ MEDIR Y CÓMO HACERLO

- 2.1. Captación de nuevos clientes. Análisis y usos de herramientas online y offline para conseguir nuevos clientes.
- 2.2. Captación de nuevos clientes.
- 2.3. “En búsqueda de nuevos fieles a nuestra compañía”.
- 2.4. Nuevos clientes y nuevas estrategias de fidelización. Nuevos retos de la fidelización ante la crisis en los mercados y la internacionalización de sus productos y/o servicios

3. ESTRATEGIA, DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE RETENCIÓN Y RECUPERACIÓN DE CLIENTES

- 3.1. La retención de clientes.
- 3.2. El cliente se va, ¿por qué y qué podemos aprender?

4. FIDELIZACIÓN ONLINE: “Construyendo una estrategia de fidelización en soporte digital”.