



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”.