

GESTIÓN DE LA SATISFACCIÓN: FIDELIZACIÓN DE LA CLIENTELA

Modalidad: Distancia

Contenidos:

CAPÍTULO 1. EL CLIENTE Y LA LEALTAD

1. INTRODUCCIÓN
2. DEFINICIÓN DE CLIENTE
3. CLASIFICACIÓN DEL CLIENTE
4. CONSUMIDOR
5. LEALTAD DEL CLIENTE
6. RESUMEN

CAPÍTULO 2. TÉCNICAS APLICADAS A LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

1. INTRODUCCIÓN
2. ESTRUCTURA DEL ENTORNO LABORAL
3. TIPO DE VENTA
4. FASES DEL PROCESO DE VENTA
5. PREPARACIÓN DE LA VENTA
6. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICADAS A LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE
7. LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL PEQUEÑO COMERCIO
8. RESUMEN

CAPÍTULO 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. INTRODUCCIÓN
2. LA CONFIANZA Y LAS RELACIONES COMERCIALES
3. ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN
4. EXTERNALIZACIÓN DE LAS RELACIONES CON CLIENTES: TELEMARKETING
5. APLICACIONES DE GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE (CRM)
6. RESUMEN

CAPÍTULO 4. IMPLANTACIÓN DE LA GESTIÓN DE LEALTAD EN LA EMPRESA

1. INTRODUCCIÓN
2. GENERACIÓN DE VALOR Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS
3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
4. LA BASE DE DATOS EN EL MARKETING
5. LAS EXPECTATIVAS Y LAS PERCEPCIONES EN EL MARKETING
6. SISTEMAS DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES