

FICHA TECNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA

TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- **Modalidad:** Distancia.

La **Formación en modalidad a Distancia** se basa en un aprendizaje casi autodidáctico, con este término queremos señalar que el método de aprendizaje no es el tradicional, esto es, aquél en el que el profesor explica una lección con la eventual ayuda de instrumentos visuales y el alumno se limita a tomar nota y preguntar sobre aquello que no comprendió suficientemente.

Por el contrario, en la presente Acción Formativa, la relación con el resto de los participantes no existirá, y la que se establezca con el tutor es más lejana y la mayoría de las veces a través del escrito. Ello implica que la mayor parte de esfuerzo de aprendizaje recaerá sobre el alumno, del que se requieren altas dosis de motivación, ilusión, intereses y esfuerzo personal compensados por la liberación de horarios rígidos de clases y tutorías, propios del sistema tradicional de enseñanza.

Este método de enseñanza requiere también de una configuración especial del material que se le entrega, que se distingue radicalmente de un libro de texto de estudio normal, no sólo por su estructura en la que distinguimos divisiones no habituales en los libros de texto: módulo, unidades didácticas y capítulos, sino también por el lenguaje sencillo, asequible y exento de tecnicismos que se pretende utilizar.

Nadie pone hoy en duda la eficacia de la formación a distancia, sobre todo por sus ventajas de flexibilidad, ya que cada estudiante puede adaptar su ritmo de estudio a sus disponibilidades de tiempo. Requiere, sin embargo, de constancia, de esfuerzo personal, de la motivación del alumno y de su ilusión, que han de ser más fuertes en la enseñanza tradicional en las aulas.

- **Duración:** 84 horas.
- **Precio:** 420 €
- **Material:**
 - Manual.
 - Material Fungible.
 - Tutorías especializadas.

FICHA TECNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA

- **Objetivos:**

Conocer la importancia de mantener al cliente actual con un grado de satisfacción adecuado. Abordar los aspectos estratégicos y tácticos de las técnicas de fidelización de clientes.

- **Contenidos:**

Tema 1.- La Empresa.

Definición de Empresa. Tipos de Empresa. El Entorno de la Empresa.

Tema 2.- La Actividad Comercial de la Empresa.

El Marketing. Determinantes del Marketing. Políticas de Producto. Políticas de Precio. Políticas de Promoción. Políticas de Distribución.

Tema 3.- Comportamiento de Compra y Venta: el Vendedor.

Perfil del Vendedor. Motivaciones del Vendedor. Medios de Comunicación. Técnicas de Afirmación de la Personalidad.

Tema 4.- Comportamiento de Compra y Venta: el Comprador.

Móviles y Motivaciones de Compra. Hábitos de Compra. Actitudes del Consumidor. Tipologías de Consumidores.

Tema 5.- La Venta Directa.

Introducción. La Acogida. La Argumentación. La Demostración. El Cierre de la Venta.

Tema 6.- Técnicas de Comunicación.

Introducción. Elementos de Comunicación. El Proceso de Comunicación. Barreras de Comunicación. Niveles de Comunicación. Actitudes y Técnicas Favorecedoras de la Comunicación. Los Sistemas de Comunicación. Tipos de Reuniones.

Tema 7.- El seguimiento de la Venta.

Introducción. Cumplir lo Acordado. Mantener la Confianza. El Servicio Postventa. Las Reclamaciones.