

SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Desarrollando habilidades para la fidelización

DESCRIPCIÓN

Uno de los procesos clave dentro de la gestión comercial de una empresa, es el seguimiento de clientes. No obstante, no siempre se le asigna la importancia que debiese tener, considerando que es de vital relevancia para el cierre exitoso de ventas y para la fidelización de los consumidores.

Las principales ventajas de realizar un correcto seguimiento radican principalmente en que podemos alcanzar un mejor conocimiento de nuestros clientes y, con esto, satisfacer de mejor forma sus necesidades.

Resultado de lo anterior, lograremos la tan ansiada fidelización de nuestros consumidores, quienes nos escogerán repetidamente frente a las otras alternativas que tengan en el mercado. Otro elemento relevante es que nos permite mantener un contacto constante con nuestros compradores y así poder informarles sobre promociones y nuevos productos.

Por último, realizar un adecuado seguimiento de clientes, nos permitirá saber cuáles y cuántos de ellos hemos perdido y las razones por las que se fueron a la competencia. Para poder llevar a cabo este proceso de manera exitosa, es fundamental trabajar la relación con los clientes; comunicar de manera efectiva la propuesta de valor; personalizar el relacionamiento con cada cliente, innovar y usar tecnologías que faciliten este proceso, además de generar estrategias y tácticas que fomenten la recompra de nuestros consumidores y que nos recomienden con potenciales nuevos clientes.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El curso Seguimiento y fidelización de clientes está dirigido tanto a los integrantes de los equipos de venta como a los directivos comerciales de cualquier tipo de empresa, que tienen como responsabilidad el manejo de carteras de clientes, la generación de nuevos clientes y la fidelización de los mismos. El contenido del curso es útil tanto para empresas comerciales B2B como B2C.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo principal que sus alumnos aprendan cómo incrementar el valor del cliente, conociendo las mejores estrategias y tácticas para conquistar clientes calificados de manera eficaz y eficiente, logrando así que avancen en su proceso de ventas y se fidelicen.

CONTENIDOS DEL CURSO

Unidad 1: El Proceso de ventas

Unidad 2: Métodos de análisis de clientes

Unidad 3: Gestión de clientes y sistemática comercial

Unidad 4: Estrategias y tácticas de Conversión y Fidelización de clientes

Unidad 5: Herramientas de análisis cuantitativo para predicciones comerciales

Unidad 6: Toma de decisiones comerciales