

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Nombre del curso:** Estrategias y Programas de Fidelización de Clientes

**Duración:** 30h

**Modalidad:** Online

### Objetivo

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a determinar el valor del ciclo de vida del cliente y su impacto en las decisiones estratégicas, así como la segmentación de clientes y los elementos de una estrategia de fidelización.

### Contenido

**Unidad 1** - Customer Lifetime Value.1.Customer Lifetime Value (CLV)  
2. Relación entre el CLV y la fidelización.3.CRV. Customer Referral Value.

**Unidad 2** - Segmentación de clientes y estrategia de fidelización

1. Entender el mercado y los comportamientos de la clientela
2. Identificar las clases y los segmentos de la clientela.
  - 2.1. Necesidad de identificación de la clientela.
  - 2.2. Clasificación según actividad.
  - 2.3. Clasificación por valor de la clientela: LTV Y RFM.
  - 2.4. Clientela nueva y cohortes.
  - 2.5. Segmentaciones actitudinales y comportamentales.3.Definición estratégica.

**Unidad 3** - Programas de Fidelización I

1. Programas de fidelización. Qué son y por qué puede interesas por uno en marcha.2. ¿Cómo crear un programa de fidelización?
3. Personalidad del club.4.Objetivos y KPI'S del club.

**Unidad 4** - Programas de Fidelización II

1. Elementos que constituyen el programa. Arquitectura.2.Mantenimiento de la operativa del programa. Journeys básicos.

**Unidad 5** - Programas de Fidelización III

1. Objetivos de desarrollo de negocios vs. Indicadores de actividad del programa
2. Objetivo de negocio: incremento de frecuencia de compra.3.Objetivo de negocio: incremento de la cesta media.4.Objetivo de negocio: recomendación
5. Cómo elaborar la rentabilidad del programa de fidelización.6.Pasivo Exigible.7.Automatización del programa de fidelización.8.Lanzamiento y seguimiento del programa.