



DIPLOMADO EN
FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES (CRM)

ÍNDICE

DESCRIPCIÓN	2
OBJETIVOS	2
A QUIÉN VA DIRIGIDO	3
METODOLOGÍA	4
PLAN DE ESTUDIOS	4
FACILITADORES	6
CERTIFICADO	9
INVERSIÓN Y FORMAS DE PAGO	10
FORMULARIO INSCRIPCIÓN	11
CONTACTO	12



DESCRIPCIÓN:

La administración de la relación con el cliente ha tomado gran auge en lo que es el mercadeo actual, ya que, un mayor conocimiento del cliente, es lo que permite establecer las estrategias necesarias para que la inversión en el blanco de público sea: más rentable, asignarle el valor que le corresponde, mantenerlo satisfecho y sobre todo, retenerlo.

A través del programa de Fidelización y Retención de Clientes, se persigue que la empresa fortalezca sus relaciones con los mismos, integrando las estrategias del programa en todo el plan de marketing y herramientas de servicio.

OBJETIVOS:

Dotar a los participantes de la capacidad de emplear las estrategias que apoyan el modelo de mercadeo de relación con clientes para lograr su permanencia y mantener los niveles de ingresos y rentabilidad.

De igual forma, el participante estará capacitado para llevar a cabo acciones y programas de lealtad, adecuados al perfil de su organización y como elementos principales en el éxito de la retención de clientes.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Conocer y desarrollar el Mercadeo de Relaciones con Clientes.
2. Implementar estrategias de Marketing Relacional.
3. Desarrollar conocimiento sobre la base de clientes para el incremento de la rentabilidad y aseguramiento de ingresos.
4. Establecer relaciones perdurables con los clientes.
5. Maximizar la información que se tiene del cliente.
6. Conocer los clientes más y menos rentables para la toma de decisiones y desarrollo de programas.
7. Establecer un plan de marketing enfocado a la relación con el cliente.
8. Conocer conceptos y herramientas del CRM (Customer Relationship Management).

A QUIÉN VA DIRIGIDO:

Este programa está dirigido a los distintos profesionales que desde su posición, impactan directamente en la gestión de clientes, con total responsabilidad e interés en la retención de estos. Así como su fidelización, lealtad y vinculación a los productos y servicios que su organización ofrece. Personal ejecutivo, responsables de áreas de negocios, responsables de departamentos de servicio y fidelización de clientes, profesionales asignados a departamentos de CRM, ventas, mercadeo y procesos relacionados con la gestión de clientes, profesionales y empresarios independientes que manejan una cartera de clientes.

METODOLOGÍA:

Expositiva, participativa, dinámicas de integración, prácticas, casos de estudios y proyecto de programa de lealtad, apoyado por los siguientes factores:

Documentación sobre cada módulo docente: apuntes en pdf con todo el contenido recibido, infografías, lecturas recomendadas, ebooks.

Evaluaciones continuas, consistentes en prácticas que el alumno deberá realizar en clases y fuera de ella, tanto de manera individual como grupal, donde aplicará los contenidos desarrollados en cada módulo.

Presentación de un proyecto final.

PLAN DE ESTUDIOS:

MÓDULO I: Del Mercadeo Tradicional al Mercadeo de Relaciones con Clientes

Concepto de Mercadeo de Relaciones con Clientes. Objetivos del Marketing Relacional. Fidelización, orientando las marcas al cliente. Sectores comerciales más impactados en estrategias de gestión de clientes.

MÓDULO II CRM: Concepto, Aplicación y Estrategias

¿Qué es CRM?

Segmentación: ¡El Conocimiento es Poder!

Clienting: Optimización de Recursos y Estrategias para Fidelización

Aplicaciones y Softwares CRM

MÓDULO III: Gestión de Experiencia del Cliente

Ciclo de Vida del Cliente vs. Ciclo de vida: adquisición, crecimiento, retención y churn (deserción).

Procesos de medición de experiencia y análisis de resultados.

Procesos de la organización y su impacto en el cliente: transformación y eficacia.

Análisis de Casos.

MÓDULO IV: Campañas de Comunicación en Marketing Relacional

Plan de Comunicación para ofertas y programas de lealtad.

Concepto de Campaign Management: Abordaje directo al cliente según canal de impacto.

Campañas masivas de acuerdo con target de cliente y tipo de producto/servicio, así como medios de mayor efectividad.

MÓDULO V: Excelencia en el Servicio al Cliente: acciones y estrategias para lograr fidelidad

Gestión de clientes.

Métricas y estrategias para excelencia en el servicio.

Modelos de control.

Interacción con los clientes según segmentación.

MÓDULO VI: Integración de las Redes Sociales en el Marketing Relacional

Definición y clasificación de redes sociales.

¿Cómo utilizarlas en acciones de fidelización y lealtad? Medios de mayor efectividad según blanco de público. Estadísticas, Procesos y

Métricas en uso de redes.

Diseño de una red social: estructura y desarrollo.

MÓDULO VII: Concepto, Diseño e Implementación de un Plan de Lealtad

¿Cómo diseñar/implementar/ejecutar un programa de fidelización para incrementar la lealtad de sus clientes?

Objetivos y requisitos de un programa de fidelización.

Etapas claves de un plan de lealtad.

Clientes voceros y su impacto en la fidelización.

Programas de referidos como opción de lealtad.

Rentabilidad de clientes.

Herramientas de retención y fidelización.

FACILITADORES:

YANISE ANGELES, ESPECIALISTA,
Mercadeo, Relaciones con Clientes

Especialista en el concepto de Mercadeo de Relaciones con Clientes, diseño e implementación de estrategias de retención de clientes y programas de fidelización, control de churn y deserción de clientes, mantenimiento de base de clientes, estrategias de wallet share y CRM.

La experiencia en su haber incluye Marketing de Productos y Servicios, Marketing Relacional, Campaign Management, Servicio al Cliente, Capacitación, Segmentación de Clientes en áreas de consumo y negocios. Actualmente consultora de diferentes empresas privadas en las ramas de su experiencia, y adicionalmente instructora de Diplomado de Marketing Relacional en UNIBE, Coordinadora del Diplomado en Fidelización y Retención de Clientes de la Universidad del Domínico Americano, facilitadora certificada INFOTEP.

En su trayectoria se incluye haber trabajado para marcas como Verizon, Claro- CODETEL, Viva, 3M, Orange, asegurando la implementación exitosa de programas de retención y fidelización.

KARLA PENZO

Especialista en Procesos y Retención / Fidelización de Clientes

Vasta experiencia en Marketing de Relaciones con Clientes con amplio dominio de conceptos financieros y rentabilidad aplicados a propuestas de retención que impacten en presupuestos previamente establecidos. Estructuración exitosa de casos de negocios, asegurando las métricas de mantenimiento de clientes, disminución de churn y retorno de inversión.

Experiencia enriquecida en posiciones como Analista de Retención y Lealtad, Servicio al Cliente y diseño/mejora de procesos que impactan en la satisfacción del cliente en segmentos masivos y negocios, así como manejo de bases de clientes para campañas de comunicación.

Ha desempeñado posiciones en Wind Telecom y Orange Dominicana.

ARLETTE ALMÁNZAR

Coach certificada en Superación Personal y Desarrollo Humano.

Facilitadora certificada por el INFOTEP, Coach certificada de en las áreas de Superación Personal y del Desarrollo Humano, Estrategia de Cultura de Servicios y Gestión Estratégica de Recursos Humanos por Competencias.

Se ha destacado por su gestión en la capacitación de personal en el desarrollo integral del ser humano y gestión de la calidad, impactando en áreas como telemercadeo, ventas por teléfono, liderazgo, servicio al cliente y calidad en el Servicio, cuidado de la salud, manejo de las relaciones interpersonales, comunicación efectiva, relaciones exitosas de alta calidad, entre otras.

Su experiencia de capacitación en estas disciplinas, impacta tanto el sector privado (INFOTEP, Zonas Francas y Empresas en todos los segmentos), como de instituciones del estado, Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), y la EFEC, la Escuela de Formación del Estado Civil, de la JCE.

NAYYARA AQUINO, MBA, MGP, PMP

Consultora de Proyectos, con más de 10 años de experiencia en Gerencia de Proyectos, certificada en Project Management Professional (PMP) del Project Management Institute (PMI). Maestrías en Gerencia de Proyectos de la Université du Québec y Alta Gerencia Mención Finanzas del INTEC; Ingeniera de Sistemas egresada de esta última universidad. Miembro fundador del PMIRD, actualmente facilitadora en programas de certificación PMP. Experiencia de trabajo voluntario en la capacitación de Facilitadores de la Organización sin fines de lucro Children International, Skills for Life, de la Fundación de Educación del PMI (PMIEF).

RAFAEL PERDOMO, MGP

Licenciado en Ciencias Económicas, INTEC, Master Internacional en Turismo, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y posee una Maestría en Gestión de Proyectos de la Université du Québec en Outaouais.

Profesor universitario, políglota. Ha realizado diversos proyectos tanto en las áreas turísticas - ecológica - ambiental, como económica. Consultor del BID y otros organismos internacionales.



CERTIFICADO:

El certificado del diplomado “Fidelización y Retención de Clientes (CRM)” será expedido por la Universidad Domingo Americano. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas del diplomado que no deben ser menor al 80% de participación.

INVERSIÓN Y FORMA DE PAGO:

El costo es de RD\$18,000.

Forma de pago: Las formas de pago admitidas son: efectivo, tarjeta de crédito, cheque de administración y transferencia a cuenta bancaria.

1. Inscripción individual:

A. : Pago convencional

- i. Llenar formulario SI-01
- ii. Pagar el 40% de avance: RD\$7,200.00 pesos.
- iii. Pagar dos (2) cuotas de: RD\$5,400.00 pesos.

Nota:

Al cumplirse el mes de haber iniciado el diplomado se vence la 1era. cuota. Si se paga con retraso se pagará un cargo de un 10% del valor adeudado.

B. Depósito o transferencia:

- Banco Popular Dominicano
- Cuenta corriente número: 828134031

Nota: Enviar vía correo electrónico el voucher a: ventas@icda.edu.do con copia a cobros2@icda.edu.do. Teléfono: 809-535-0665 ext. 2321 y 2322.

C. Línea de crédito de FUNDAPEC:

- Llenar formulario SI-01
- Completar e imprimir formulario de solicitud de crédito en línea: <https://www.fundapec.edu.do/>

2. Inscripción Empresarial:

- a) Llenar formulario SI-01
- b) Carta compromiso de la empresa, sellada y firmada

DESCUENTO:

Se dispone de descuentos aplicables en las siguientes condiciones:

1. Público General:

- a) 10% de descuento por pago total en efectivo o depósito en cuenta.
- b) 7.5% de descuento por pago total con tarjeta de crédito.

2. Público Empresarial:

- c) 5% de descuento de 3 a 5 participantes
- d) 10% de descuento de 6 a 10 participantes
- e) 15% de descuento de 11 participantes en adelante

“PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS”

FORMULARIO INSCRIPCIÓN



FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y SOLICITUD DE CRÉDITO SI-01

A CREDITO SI () NO ()

PAGADO POR EMPRESA SI () NO ()
% QUE PAGA LA EMPRESA _____ % RD\$ _____

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCIÓN / /	
NOMBRES		APELLIDOS		NIVEL ACADEMICO ALCANZADO	
CEDULA O PASAPORTE - -	SEXO FEM. () MASC. ()	FECHA NACIMIENTO / /		LUGAR DE NACIMIENTO	
ESTADO CIVIL SOLTERO () CASADO ()	TELEFONO RESIDENCIAL () -	CELULAR / BEEPER () -		E-MAIL	
DIRECCION ACTUAL		LOCALIDAD		TRABAJA SI () NO ()	
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA		PERSONA DE CONTACTO/ PAGO		DIRECCION DE EMPRESA	
CARGO ACTUAL	DEPARTAMENTO	TELEFONO (S) EMPRESA () -		EXTENSION () FAX () -	
HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS CURSOS DE UNICDA SI () NO ()		NOMBRE CONYUGE O PARIENTE		TELEFONO CONYUGE O PARIENTE () -	
FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR SI () NO ()		PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO			
PROGRAMA					
TITULO DEL DIPLOMADO O CURSO				GRUPO	
DURACION	HORARIO-DIAS	FECHA INICIO / / 20		FECHA TERMINO / / 20	

PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA

COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO RD\$		COSTO A PAGAR POR INSCRIPCIÓN RD\$		BALANCE PENDIENTE A PAGAR RD\$	
MODALIDAD DE PAGOS	1ERA CUOTA RD\$	2DA CUOTA RD\$			
FECHA DE PAGOS	1RA / / 20	2DA / / 20			

POLITICA DE REEMBOLSO Y COMPROMISO DE PAGO

Se devolverá el dinero que pague el participante solamente en el caso de que el curso o diplomado sea cancelado.		COMPROMISO DE PAGO: Me comprometo a pagar en las fechas indicadas y los montos estipulados en este formulario. En caso de faltar, autorizo a cancelar mi derecho de seguir participando en clases.			
FIRMA DEL PERSONAL DE UNICDA Y/O CENTRO DE GERENCIA	FIRMA DEL PARTICIPANTE	FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO			

CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Domínico Americano
Web: www.unicda.edu.do

Twitter: @ElDominico

Facebook e Instagram:
@unicdard

Tel: 809-535-0665 opción 3

Flotas: 829-417-1464 y 829-748-5144 /5145

Email: ventas@icda.edu.do

Av. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,
República Dominicana

