



DIPLOMADO EN FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTE (CRM)



Coordinadora: Yanise Angeles, Especialista
Mercadeo de Relacione Con Clientes



DESCRIPCIÓN:

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

El Fidelización y Retención de Cliente (CRM), busca fortalecer las relaciones de la empresa con el cliente, integrando dicha estrategia en todo plan de marketing y herramientas de servicio.

OBJETIVOS:

Al finalizar el diplomado los participantes estarán en capacidad de emplear las estrategias que apoyan el modelo de mercadeo de relaciones con clientes, siendo el objetivo lograr su permanencia y mantener los niveles de ingresos y rentabilidad asociados a su base de clientes lo cual definitivamente incide en todo plan de marketing, servicio y rentabilidad de la empresa

De igual forma el participante estará capacitado para implementar acciones y programas de lealtad adecuados al perfil de su organización como un elemento principal en el éxito de la retención de clientes

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Conocer y desarrollar el Mercadeo de Relaciones con Clientes
2. Implementar las estrategias de Marketing Relacional
3. Desarrollar conocimiento de la base de clientes para incremento de 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 toma de decisiones y desarrollo de programas
7. Establecer un marketing enfocado a la relación con el cliente
8. Conocer concepto y herramientas del CRM (Customer Relationship Management)



A QUIEN 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 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, practicas, casos de estudios y proyecto de programa de lealtad apoyado por los siguientes factores:

Clases Presenciales

Seguimiento en línea

Documentación sobre cada módulo docente: apuntes en pdf con toda la materia recibida, infografías, lecturas recomendadas, ebooks

Evaluaciones Continua consistente en prácticas que el alumno deberá realizar en clases y fuera de ella, tanto individual como grupalmente donde aplicará los contenidos desarrollados en cada módulo.

Presentación de un proyecto final.

Twitter: [@EIDominico](https://twitter.com/EIDominico)

Facebook: <https://www.facebook.com/EIDominicoAmericano>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/instituto-cultural-dominico-americano>



PLAN DE ESTUDIOS:

MODULO 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

MODULO II CRM: Concepto, Aplicación y Estrategias

¿Qué es CRM?
Segmentación: ¡Conocimiento es Poder!
Clienting: Optimización de Recursos y Estrategias para Fidelización
Aplicaciones y Softwares CRM

MODULO 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

MODULO IV: Campanas 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
Campanas Masivas de acuerdo con target de cliente y tipo de producto/servicio, así como medios de mayor efectividad

MODULO IV: 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

MODULO 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

MODULO 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 programa de lealtad

Cientes Voceros y su impacto en la fidelización

Programas de Referidos como opción de lealtad

Rentabilidad de Clientes

Herramientas de Retención y Fidelización

PROFESORADO:



Yanise Angeles, Especialista Mercadeo de 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 Diplomado Marketing Relacional UNICDA, 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



Alicia Carlo, Especialista en Marketing Digital y Manejo de Redes Sociales,

Especialista en el diseño e implementación de estrategias de comercialización, retención de clientes, comunicación y promoción así como el desarrollo del portafolio de nuevos negocios.

Amplios conocimientos además en Planificación de Medios, Relaciones Públicas y Trade Marketing tanto en la parte de consumo masivo como servicios.

Posee experiencia en el manejo de estructuras de ventas, promoción, Trademarketing y Publicidad; Merchandising a nivel nacional y en el seguimiento a metas de ventas y resultado de campañas de ventas y retención.

Ha trabajado para marcas como ICDA, LG Electronics, Claro, Verizon, Codetel y McCann - Erickson.



Arlette Almanzar

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 Telemarketing, Ventas por Teléfono, Liderazgo, Servicio al Cliente y Calidad en el Servicio, El cuidado de la Salud, Manejo de las Relaciones Interpersonales, y Comunicación Efectiva y Relaciones exitosas de Alta Calidad entre otras.

En su experiencia de capacitación en estas disciplinas impactan tanto del 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.



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 de 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.

CERTIFICADO :

El certificado de “**Diplomado en Fidelización y Retención de Cliente (CRM)**” será expedido por la **Universidad del Domínico-Americano (UNICDA)**. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas presenciales del Diplomado.

INVERSION:

El costo del Diplomado es de **RD\$20,000.00 pesos dominicanos**.

Forma de pago:

Las formas de pago admitidas son: **Efectivo, Tarjeta de Crédito, Cheque de Administración y Transferencia a cuenta bancaria.**

Puede pagar vía depósito o transferencia:



Entidad: Banco Popular Dominicano
Número de cuenta: 054-28063-7

Enviar vía correo electrónico el voucher: cobros2@icda.edu.do
Alba Cuevas, Enc. de Cobros 809-535-0665 ext. 2321

Público en general:

1. Llenar formulario **SI-01**

40% de avance : RD\$8,000 pesos dominicanos.
(2) cuotas de : RD\$6,000 pesos dominicanos.

Al cumplirse el mes iniciado del diplomado se cumple la 1er.cuota. Si se paga con retraso tiene un **cargo de 10%**.

Empresarial:

1. Llenar formulario **SI-01**
2. Carta compromiso de la empresa: Timbrada, sellada y firmada.

Ofertas de descuento:

Público en general:

Pago al contado **total del Diplomado** aplica un **10% de descuento. En efectivo o depósito en cuenta.**

Pago total con **tarjeta de crédito** aplica un **7.5% de descuento.**

Empresarial:

Los descuentos por empresas son los siguientes:
De **3 a 5** participantes **5%** de descuento
De **6 a 9** participantes **10%** de descuento
De **10** en adelante **15%** de descuento

PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS



Universidad Domingo-Americana UNICDA

Unidad de Postgrado y Educación Continuada
Centro de Gerencia

FORMULARIO DE INSCRIPCION Y SOLICITUD DE CREDITO SI-01

A CREDITO SI () NO ()

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

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCION / /	
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 INSCRIPCION 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 Dominico Americano

Web: www.icda.edu.do

Twitter: [@EIDominico](https://twitter.com/EIDominico)

Facebook:

<https://www.facebook.com/EIDominicoAmericano>

Tel: 809-535-0665 ext. **3481/3482/3486 y 3487**

Fax: 809 533-8809

Flota: 829-417-1464 y 829-417-1465,
829-748-5144, 829-748-5145

Email: econtinuada@icda.edu.do

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

