

TALLER PRÁCTICO:
**“FIDELIZACIÓN MEDIANTE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE:
DE LA INVESTIGACIÓN A LA PRÁCTICA”**

Ciudad Real, 6 y 8 de noviembre de 2012

Cámara de Comercio e Industria, 17.00 a 21.00 horas

OBJETIVOS

Los principales objetivos del Taller sobre Fidelización de Clientes son:

- Conocer estrategias para la mejora de la competitividad y el posicionamiento
- Establecer la fase del ciclo de vida de cada empresa y sus condicionantes
- Conocer herramientas de fidelización de aplicación en las empresas
- Describir la cadena de valor del negocio
- Definir la experiencia del cliente en cada negocio
- Establecer oportunidades de mejora en la prestación del servicio
- Conocer criterios estratégicos para la toma de decisiones
- Valorar las alternativas para incrementar la rentabilidad de los clientes
- Conocer ejemplos de referencia y tendencias en gestión de clientes

CONTENIDO

Durante el Taller se estudian los siguientes apartados:

1. Conceptos y tendencias sobre fidelización.- Como punto de partida se define qué se entiende y que no por fidelización de clientes y cómo incorporase a los objetivos en la gestión de clientes.
2. Análisis de la estrategia competitiva.- Valoración y estudio de la formación de una ventaja competitiva que fortalezca la propuesta de valor de la empresa y facilite su posicionamiento.
3. Innovación como factor de competitividad.- Modelos y tendencias en innovación de modelos de negocios y estrategias empresariales. ¿Hasta dónde alcanza el rol del cliente?

4. Gestión de la Experiencia del Cliente.- Conceptos y herramientas para la investigación del cliente y el diseño de los servicios de la organización.
5. Mapa de la Experiencia del Cliente.- Elaboración práctica de un mapa de experiencia del cliente a partir de un caso empresarial.
6. Evaluación de la Experiencia.- Indicadores y herramientas utilizadas para la valoración posterior a la implantación de los nuevos servicios.

Para que los asistentes adquieran los conocimientos y habilidades para la consecución de los objetivos, se emplearán las siguientes metodologías prácticas:

- Análisis de casos donde argumentar la utilidad de diferentes acciones y proponer alternativas y soluciones.
- Análisis y discusión de las estrategias competitivas ejecutadas por diversas organizaciones.
- Desarrollo de un mapa de experiencia ejemplo para fomentar la capacidad de toma de decisiones estratégicas alrededor del cliente.

DIRIGIDO A

El Taller va dirigido a Pymes y autónomos de sectores como el comercio, hostelería y turismo, agroalimentarias, moda, distribución, automoción, que quieran:

- Mejorar su relación con el cliente final.
- Mejorar la prestación del servicio.
- Conocer cómo son prescritas por el canal de intermediación.
- Incrementar los ingresos por cliente.
- Analizar la competencia.