

APRENDA A EXPORTAR CON EXPORTADORES



HACIENDO DE GUATEMALA UN PAÍS EXPORTADOR

Fidelización de Clientes a Largo Plazo

Dirigido a:

Gerentes generales, gerentes administrativos, gerentes de ventas, gerentes de servicio al cliente, gerentes de mercadeo. ejecutivos de venta, ejecutivos administrativos, ejecutivos de servicio al cliente, ejecutivos de mercadeo. todas aquellas personas en la empresa que de una u otra manera tienen contacto con los clientes y generan o tienen un efecto en las relaciones con los clientes todos los días

Objetivo:

- Desarrollar y construir relaciones a largo plazo durante todo el proceso comercial, desde la pre-venta hasta la post-venta
- Reducir el riesgo de entrar en una guerra de precios y generen valor a través de la Fidelización
- Diseñen la estrategia de Fidelización de manera práctica para lograr la permanencia de sus clientes
- Poder implementar acciones o programas prácticos y de bajo costo para la Fidelización de sus Clientes
- Obtener herramientas que les permitan implementar los conocimientos adquiridos de manera inmediata

Contenido del Curso:

Fidelización: El momento de la verdad está en cada paso, desde la pre-venta hasta la post-venta

- Cuáles son los objetivos e indicadores para la medición de la Fidelización
- Estableciendo el momento en que inicia el proceso de la Fidelización
- Servucción: Cómo diseñar el proceso interno de la Fidelización
- Rompiendo paradigmas y evitando la guerra de precios: ¿Los descuentos o promociones son generadores de Fidelización real? O ¿Es la propuesta de valor quien construye la Fidelización?

Gestión de Relaciones Comerciales desde la Pre-Venta hasta la Post-Venta

- Encontrar la solución (La Marca y su Diferenciador son contundentes para la Fidelización) vrs vender “sólo” productos
- Medir, evaluar y mejorar a partir de la retroalimentación continua del Cliente
- Cómo diseñar, aplicar y tomar decisiones a partir de la correcta aplicación de las encuestas de satisfacción y los niveles de recomendación
- Como diseñar y usar el “Customer Journey Map” como diferenciador y agregar valor en las relaciones con los Clientes

La Organización Cliente-Céntrica

- De la información hacia las acciones de Fidelización

- Cómo diseñar la estrategia y las acciones para la Fidelización de manera práctica
- Mapas de la experiencia de compra para crear programas que si funcionan para la Fidelización de Clientes
- Cómo diseñar un plan de acción para la Fidelización de Clientes

Retención y Crecimiento de Clientes a través de la Post-Venta

- Servicio post-venta vrs relaciones post-venta
- Diseño y creación de la estrategia post-venta
- El “After Marketing”: Acciones para proveer satisfacción continua
- La confianza y sus 4 pilares como fundamento para la Fidelización continua

Información:

Lugar: AGEXPORT

Día: Viernes

Fecha: 12 de octubre al 23 de noviembre de 2018

Hora: 8:30 a 12:30 hrs

Total Horas: 24.00

Evento incluye:

- Material
- Diploma de participación