



Programa de Certificación en

Lealtad y Retención del Cliente

Accede a un marco de referencia único y actualizado para gestionar la lealtad y la retención de clientes.

***“Haz un Cliente,
no una Venta”***

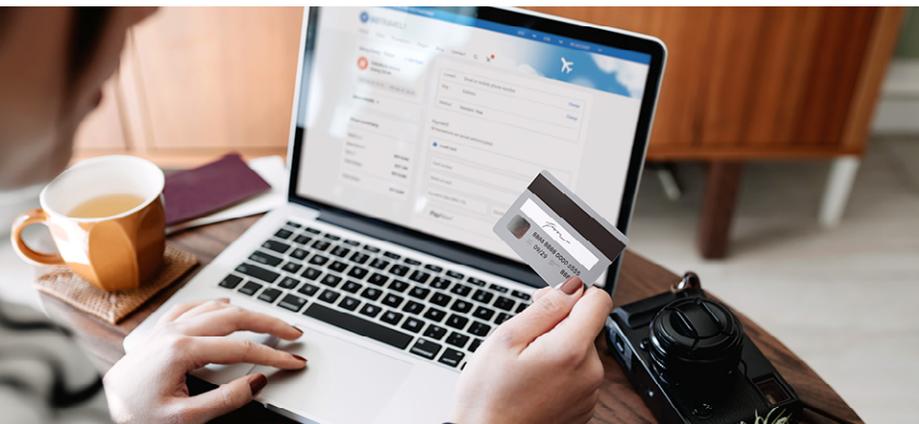
katherine Barchetti

¿Por qué importa la lealtad de los clientes?

Las relaciones estratégicas con los clientes impulsan el crecimiento y la participación de mercado. La lealtad del cliente es clave para aumentar el valor de tu cartera, aumenta tus ventas de manera orgánica y genera un refuerzo de cada base monetaria invertida. ¿Cómo las marcas pueden atraer y retener a sus clientes?

Una cartera de clientes cautiva está más inclinada a interesarse en nuevos productos y servicios, por consiguiente, a consumir más en tu marca.

Ahora, más que nunca, los datos y las tecnologías de interacción permiten ofrecer experiencias únicas y personalizadas. Estas se logran a través de la implementación de una estrategia de lealtad bien ejecutada. La ruta de fidelización permite que tus mejores clientes se conviertan en embajadores de la marca logrando que el boca a boca aumente, y la reputación de marca también.



Da un gran paso en tu carrera profesional

- Estrategias para centrarse en el cliente, diferenciación, targeting y valor.
- Conocimiento del cliente mediante su ciclo de vida y el viaje del cliente, administración de relaciones con el cliente (CRM) y sistemas de datos del cliente.
- La experiencia de servicio alcanza su punto máximo en la personalización, gracias a la segmentación es posible identificar preferencias.
- Impulsar la lealtad, la personalización y el marketing de activación.
- Desarrollo de casos de negocio, que incluyen los retornos y beneficios del programa de lealtad.

Coordenadas

Duración
23 horas, 11 sesiones.

Formato

VIRTUAL - En vivo: Participa en cada clase en la fecha y horario indicado. Cada sesión es grabada y dispones del enlace en línea durante 30 días.

VIRTUAL - Grabación: En caso de no tener disponibilidad de horario, te enviamos la grabación del curso y el material digital. Tienes 30 días para revisar cada sesión.

Un cliente leal es...

- 80% más propenso a elegir tu marca en lugar de la de los competidores *(Fuente: Sloan Management Review)*
- Es 2 veces más probable que recomiende tu marca a otros *(Fuente: Sloan Management Review)*
- El 90% de los millennial pertenece al menos a un programa de lealtad *(Fuente: KPMG)*
- Entre los principales actores del comercio electrónico, el "ticket promedio" de un cliente reincidente aumenta en 115%. *(Fuente: McKinsey & Co.)*
- Un aumento del 2% en la retención de clientes equivale a disminuir costos en un 10%. *(Fuente: Salesforce)*



Cuando te gradúes, podrás:

El programa es ideal para:

- Gerentes y líderes de lealtad
- Gerentes y líderes de segmento
- Gerentes de marketing
- Gerentes generales
- Ventas y Líderes de desarrollo de negocios
- Gerentes de experiencia del cliente
- Consultores estratégicos
- Growth hackers
- Jefe de marketing
- Analista de datos
- Project owner

Si tu rol incluye mejorar la retención y el crecimiento del valor del cliente, ampliar o transformar tu estrategia de lealtad o explorar nuevas formas de utilizar los datos de los clientes, obtendrás valiosos conocimientos de lo que las principales marcas ofrecen (y lo que evitan) en los programas de lealtad de clientes tradicionales y digitales.

Dominar estrategias para retener y rentabilizar a tus clientes. Incluyendo la identificación, el seguimiento y la predicción de las relaciones con tu cartera de clientes.

Con este curso aprenderás:

- Comprender y gestionar el ciclo de vida del cliente.
- Adquirir una visión para la integración CRM y Data-Driven.
- Desarrollar estrategias para la lealtad.
- Gestionar el valor de vida del cliente.
- Diseñar sistemas de lealtad proactiva.
- Nuevos marcos de gestión de la lealtad "más que puntos".



Experiencia de Aprendizaje



OBJETIVOS y CONTENIDOS

Módulo	Objetivo central	Contenidos
Ciclo de Vida del Cliente 4 horas (2 sesiones)	Ampliar conocimientos para pasar de segmentación al valor de vida del cliente CLV	Aprende a identificar a los clientes a los que debes dirigirte para obtener el mayor valor, analizando un negocio desde un punto de vista centrado en el cliente, examinando los pasos para desarrollar una estrategia de clientes y determinando el valor de vida de tus clientes de forma individual y colectiva. <ul style="list-style-type: none"> • Examina el ciclo de vida del cliente y el viaje del cliente. • Explora estrategias y métodos para hacer crecer el valor del cliente.
Integración de CRM y Data-Driven 4 horas (2 sesiones)	Habilitar la Gestión de las Relaciones con los Datos de los Clientes	Desarrolla un marco estratégico para aumentar la lealtad examinando métodos para identificar, rastrear y predecir las relaciones con los clientes, y asegurar el valor del cliente a lo largo de su ciclo de vida. <ul style="list-style-type: none"> • Metodología ascendente para la toma de decisiones basadas en datos (data driven). • Sistemas de integración de fuentes de datos y vista única del cliente.
Activación de la Lealtad 2 horas (1 sesión)	Impulsores de Lealtad, Personalización y Siguiendo Mejor Acción	Familiarízate con los diferentes enfoques para conceptualizar y medir la lealtad y aprende lo que impulsa la lealtad del cliente. <ul style="list-style-type: none"> • Aplica métodos de personalización y siguiente-mejor-acción. • Desarrolla una estrategia de lealtad del cliente con un caso.
Valor de Vida del Cliente 4 horas, 2 sesiones (+1 hora de eLearning)	Economía de Lealtad y el Negocio de la Lealtad	Entiende la propuesta de valor y analiza la economía de lealtad del cliente para desarrollar un caso de negocio para un programa de lealtad. <ul style="list-style-type: none"> • Aprende la estructura y los elementos de un caso de negocio para un programa de lealtad. • Calcula el valor de vida del cliente y el valor de los promotores.
Sistemas de Lealtad proactiva 6 horas (3 sesiones)	¿Cómo diseñar un Programa de Lealtad?	Obtén una amplia visión de la historia de los programas de lealtad y los detalles de sus diversos componentes, características y beneficios. Aplica estos elementos y diseña un programa de lealtad en el proyecto final. <ul style="list-style-type: none"> • Comprende las decisiones claves en la estructuración de un programa de lealtad. • Diseña un programa de lealtad del cliente.
Más que Puntos 3 horas (1 sesión)	El Futuro de los Programas de Lealtad	Aprende cómo puedes extender programas de lealtad más allá de tu empresa, aprovechando asociaciones y alianzas; cómo varias empresas han lanzado y mantenido con éxito programas de lealtad y cómo se ve el futuro de la lealtad en la era digital. <ul style="list-style-type: none"> • Examina las tendencias que impactan en el comportamiento de compra. • Aprende de los programas de lealtad que fracasaron.

Cuerpo Docente



M. Ignacia Echeverría

Ingeniera Comercial con Magíster en Marketing de la UAI. Su experiencia incluye roles como Head of Marketing Regional en CMR Puntos y Directora en AMDD. Enfocada en estrategias de marca y campañas de responsabilidad social empresarial.

 Conecta con M. Ignacia en LinkedIn



Fernando Göler

Periodista de la U. Mayor, Diplomado en Data Driven & Content Marketing de la U. Chicago. Su experiencia considera roles de Dirección en CRM enfocado en la consecución de estrategias de relacionamiento basadas en targeting e interacciones personalizadas.

 Conecta con Fernando en LinkedIn



Cristián Maulén

CEO de CustomerTrigger. Cuenta con más de 20 años de experiencia en gestión de clientes y procesos. Con una visión estratégica orientada a la implementación de tecnologías automatizadas e inteligencia de interacciones que aumenten el valor de vida del cliente.

 Conecta con Cristián en LinkedIn



InsightLab tiene como misión proveer soluciones educativas a ejecutivos y organizaciones latinoamericanas para que maximicen el capital humano involucrado en sus actividades profesionales y de negocios, incrementando así su aporte de valor al entorno en el largo plazo, con focos en Lealtad y Retención de Clientes en torno a la entrega de vivencias excepcionales en todos sus procesos hacia sus audiencias.

Aspira a posicionarse como una opción relevante para transformar a organizaciones centradas en los clientes, los líderes y profesionales que se desempeñan en ellas, a través de una formación y capacitación aplicada y de excelencia, diseñada para un alto impacto y generación de valor real, con metodologías ágiles de aprendizaje.



Más información en:
InsightLab.Club

