

R-26	INFORMACIÓ DEL CURS AL CLIENT	 GREMI DE RESTAURACIÓ DE BARCELONA
REGISTRE		
Versió 01		
Juliol 2009		

TÍTOL	CURS FIDELITZACIÓ DE CLIENTS
MODALITAT	
DURADA	
CONTINGUTS*	<p>Els clients habituals són un dels pilars de qualsevol negoci. A més de ser un dels suports econòmics del negoci la major part de l'any, funcionen com una xarxa de subscriptors incondicionals que recomanen els seus locals favorits a amics i familiars. L'objectiu del curs és descobrir i Identificar les causes de la lleialtat del client. Analitzar les passes que fa el client fins fer-se fidel.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La importància de fidelitzar al client. 2. Relació entre la retenció de clients i la rendibilitat de la empresa. 3. El factor confiança. <ul style="list-style-type: none"> - La relació amb els clients com objectiu de la fidelització. 4. La satisfacció mantinguda del client, requisit previ a la fidelitat. <ul style="list-style-type: none"> - La orientació. - El servei al client. 5. Eines de comunicació per a la fidelització. 6. Estratègies i eines de fidelització del client des de el departament de Màrqueting. 7. El Màrqueting Relacional. 8. Gestió individual de clients. <p>*(Aquests continguts són orientatius i poden sofrir variacions en funció de les necessitats de cada client)</p>
METODOLOGIA	CLASSES PRESENCIALS TEÒRICO -PRÀCTIQUES
SISTEMA D'AVALUACIÓ	QÜESTIONARI: SI
CERTIFICACIÓ	CERTIFICAT D'APROFITAMENT I ASSISTÈNCIA AL CURS

Departament de Formació
Gremi de Restauració de Barcelona

R-26	INFORMACIÓ DEL CURS AL CLIENT	 GREMI DE RESTAURACIÓ DE BARCELONA
REGISTRE		
Versió 01		
Juliol 2009		

TÍTULO	CURSO FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
MODALIDAD	
DURACIÓN	
CONTENIDOS*	<p>Los clientes habituales son uno de los pilares de cualquier negocio. Además de ser uno de los soportes económicos del negocio la mayor parte del año, funcionan como una red de suscriptores incondicionales que recomiendan sus locales favoritos a amigos y allegados. El objetivo del curso es descubrir e Identificar las causas de la lealtad del cliente. Analizar los pasos que da el cliente hasta hacerse fiel.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La importancia de fidelizar al cliente. 2. Relación entre la retención de clientes y la rentabilidad de la empresa. 3. El factor confianza. <ul style="list-style-type: none"> - La relación con los clientes como objetivo de la fidelización. 4. La satisfacción sostenida del cliente, requisito previo a la fidelidad. <ul style="list-style-type: none"> - La orientación. - El servicio al cliente. 5. Herramientas de comunicación para la fidelización. 6. Estrategias y herramientas de fidelización del cliente desde el departamento de Marketing. 7. El Marketing Relacional. 8. Gestión individual de clientes. <p>*(Estos contenidos son orientativos y pueden sufrir variaciones en función de las necesidades de cada cliente)</p>
METODOLOGIA	CLASES PRESENCIALES TEÓRICO -PRÁCTICAS
SISTEMA DE EVALUACIÓN	CUESTIONARIO: SI
CERTIFICACIÓN	CERTIFICADO DE APROVECHAMIENTO Y ASISTENCIA AL CURSO

Departament de Formació
Gremi de Restauració de Barcelona