

Organiza:



Cofinancian:



## PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

**Modalidad Acción:** TELEFORMACIÓN  
**Nº de la Acción:** FPTO/2019/927/031  
**Familia Profesional:** COM / COMERCIO Y MARKETING  
**Tipo Especialidad:** NUEVA ESPECIALIDAD

: -89 @N57 -é B`M75 DH57 -é B`89`7 @9BH9G

### Objetivo general del curso:

DEFINIR LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS PARA INNOVAR EN PRODUCTOS Y SERVICIOS, TENIENDO EN CUENTA LA IMPORTANCIA DEL NUEVO ENTORNO EMPRESARIAL DIGITAL, APLICANDO LA METODOLOGÍA, EL DISEÑO Y LAS HERRAMIENTAS Y OPERATIVAS DE CUSTOMER EXPERIENCE PARA LA IMPLANTACIÓN DEL CUSTOMER JOURNEY Y DE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES.

### Desglose de horas de la acción formativa:

TELEFORMACIÓN	
Horas	50
Horas Teleformación	50

### Contenidos:

#### MÓDULOS FORMATIVOS

- CONCEPTOS BÁSICOS DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE
- FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
- TÉCNICAS DE CAPTACIÓN DE CLIENTES

TOTAL HORAS ESPECIALIDAD: 50

### Descripción de los Módulos Formativos

**Módulo:** CONCEPTOS BÁSICOS DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE  
**Horas:** 18  
**Orden:** 1

#### Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- ENTENDER LA IMPORTANCIA DE OFRECER AL CLIENTE UNA EXPERIENCIA POSITIVA
- CONOCER LAS DIMENSIONES DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE
- CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN EFECTIVA DE LA MARCA Y DEL PRODUCTO
- ENTENDER LOS CONCEPTOS DE CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

Organiza:



Cofinancian:



**COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:**

- ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO CLIENTE DIGITAL Y SUS NECESIDADES
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA PARA IMPLANTAR UNA CULTURA EMPRESARIAL DONDE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE SEA PRIORITARIA
- REALIZAR UN ANÁLISIS DEL CUSTOMER JOURNEY PARA MEJORAR EL PROCESO DE VENTA
- DISEÑAR UN PLAN DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

**Contenidos Específicos:**

**CONTENIDOS TEÓRICOS:**

1. LA EXPERIENCIA DE CLIENTE
2. EL CLIENTE DIGITAL
3. LAS DIMENSIONES DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE
4. LA EXPERIENCIA DE CLIENTE Y LA MARCA
5. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA
6. LA IMPORTANCIA DEL PRODUCTO

**CONTENIDOS PRÁCTICOS:**

- CREAR UN BUYER PERSONA PARA UNA ORGANIZACIÓN DETERMINADA
- REALIZAR UN ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE DIGITAL PARA POSICIONAR LA MARCA Y PRODUCTO DE UNA ORGANIZACIÓN DETERMINADA DE LA MANERA MAS EFECTIVA
- ANALIZAR UN CUSTOMER JOURNEY DE UNA ORGANIZACIÓN DETERMINADA

**Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.**

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. REALIZAR UN ANÁLISIS DEL CUSTOMER JOURNEY PARA MEJORAR EL PROCESO DE VENTA	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li></ul>
1. ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO CLIENTE DIGITAL Y SUS NECESIDADES	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li></ul>
2. ELABORAR UNA ESTRATEGIA PARA IMPLANTAR UNA CULTURA EMPRESARIAL DONDE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE SEA PRIORITARIA	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li></ul>
4. DISEÑAR UN PLAN DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li><li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li></ul>

**Módulo:** FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

**Horas:** 16

**Orden:** 2

**Competencias Profesionales a adquirir:**

**COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:**

- CONOCER LAS FASES POR LAS QUE PASA EL PROCESO DE FIDELIZACIÓN Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES
- COMPRENDER LA IMPORTANCIA DE LA ESCUCHA ACTIVA PARA EL BUEN DESARROLLO EMPRESARIAL
- CONOCER LAS HERRAMIENTAS DISPONIBLES PARA EVITAR LA PERDIDA DE CLIENTES

**COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:**

- ELABORAR UN PLAN DE MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES
- APLICAR LAS HERRAMIENTAS BÁSICAS DE LA ESCUCHA ACTIVA EN EL TRATO CON EL CLIENTE
- APLICAR LAS TÉCNICAS DE SONDEOS DE MEJORA
- DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA EMPRESARIAL BASADA EN EL ARTE DE CAUTIVAR

Organiza:



Cofinancian:



**Contenidos Específicos:**

CONTENIDOS TEÓRICOS:

1. SATISFACCIÓN DE CLIENTES
2. EL ARTE DE CAUTIVAR
3. CÓMO EVITAR EL ABANDONO DE CLIENTES
4. ESCUCHA ACTIVA
5. SONDEOS DE MEJORA

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- DESARROLLAR UN PLAN DE MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE UNA ORGANIZACIÓN DETERMINADA ANALIZANDO TODAS LAS VARIABLES DE LA MISMA.
- ELABORAR UN PLAN DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES PARA UNA ORGANIZACIÓN DETERMINADA A TRAVÉS DE LAS TÉCNICAS EXISTENTES
- ANALIZAR Y EXPONER LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ESCUCHA ACTIVA

**Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.**

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
1. ELABORAR UN PLAN DE MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
3. APLICAR LAS TÉCNICAS DE SONDEOS DE MEJORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
4. DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA EMPRESARIAL BASADA EN EL ARTE DE CAUTIVAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
2. APLICAR LAS HERRAMIENTAS BÁSICAS DE LA ESCUCHA ACTIVA EN EL TRATO CON EL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>

**Módulo:** TÉCNICAS DE CAPTACIÓN DE CLIENTES

**Horas:** 16

**Orden:** 3

**Competencias Profesionales a adquirir:**

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- DIFERENCIAR EL TALENTO COMERCIAL DESARROLLADO A PARTIR DE HABILIDADES DE COMUNICACIÓN
- CONOCER LAS HERRAMIENTAS PSICOLÓGICAS UTILIZADAS EN EL PROCESO DE VENTA
- CONOCER LA IMPORTANCIA DE LOS ACTUALES MEDIOS DIGITALES PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- CLASIFICAR LAS HERRAMIENTAS DE PERSUASIÓN EXISTENTES PARA UTILIZARLAS DURANTE EL PROCESO DE VENTA DE UN PRODUCTO.
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES
- APLICAR LAS HERRAMIENTAS PSICOLÓGICAS EXISTENTES DURANTE UN PROCESO DE VENTA

**Contenidos Específicos:**

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 1 INFLUENCIA Y PERSUASION
- 2 PSICOLOGÍA DE VENTAS
- 3 EL USO DE LAS TIC PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

CONTENIDOS PRACTICOS:

Organiza:



Cofinancian:



- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE LA GAMIFICACIÓN
- ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DIGITALES DISPONIBLES PARA CAPTAR CLIENTES

**Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.**

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
2. ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
1. CLASIFICAR LAS HERRAMIENTAS DE PERSUASIÓN EXISTENTES PARA UTILIZARLAS DURANTE EL PROCESO DE VENTA DE UN PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
3. APLICAR LAS HERRAMIENTAS PSICOLÓGICAS EXISTENTES DURANTE UN PROCESO DE VENTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>

**2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA**

**- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS ASOCIADAS**

Denominación	Tipo Especialidad	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias asociadas			

**- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS NUEVAS**

Denominación	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias nuevas		

**3. PARTICIPANTES POR GRUPO DE LA ACCIÓN FORMATIVA**

**NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS ALUMNOS EXIGIDA EN LA FORMACIÓN A IMPARTIR**

Nivel de acceso del alumno:	
Nivel 1	
Nivel profesional o técnico:	
Experiencia Profesional:	No se requiere experiencia profesional en la materia
Conocimientos:	No se requiere conocimientos previos en la materia