



**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER  
ASIGNATURA: MARKETING RELACIONAL  
TALLER PREPARATORIO SEGUNDO PARCIAL  
DOCENTE: ING. ALEJANDRO BIANCHA HERNANDEZ  
GUIA DE ESTUDIO**

Fecha de entrega: Día del parcial en horario de clase, hacerlo en hoja tamaño carta a **mano** con lapicero negro de preferencia. EL TRABAJO ES EN PAREJAS.

**FUENTE BIBLIOGRAFICA:**

- REINARES LARA, Pedro J, PONZOA CASADO, Jose Manuel
- ALFARO FAUS, Manuel. "Temas Clave en Marketing Relacional. Edit.Mc Graw Hill.2004
- <http://alejandrobiancha.blogspot.com/p/marketing-relacional.html>
- <http://www.psm.es/terminosmkt.html>

**Estimad@s estudiantes, aplicando análisis y síntesis de los diferentes temas estudiados en clase, responde los siguientes cuestionamientos:**

1. Entre las relaciones de "partenariado" encontramos las relaciones entre empresas directamente competidoras y empresas no competidoras. Presente ejemplo y explique.
2. Explique cinco cualidades que debe tener un sistema de relaciones de "paternariado"
3. Qué es Mercado de influencia? Presente ejemplo.
4. Mencione tres beneficios de la existencia de la relación directa entre fidelidad y rentabilidad.
5. Qué son las redes relacionales? Presente ejemplo.
6. Explique las fases de la Planificación Estratégica Relacional.
7. Qué es planificación en una Estrategia Relacional?
8. Presente ejemplo sobre con se debe presentar el análisis de la situación de una empresa Relacional.
9. En qué consiste la determinación de la actividad de la empresa orientada al cliente? Presente ejemplo.
10. Con respecto a los objetivos relacionales de la empresa se presentan algunos elementos operativos sobre la redacción y orientación a las relaciones. Explíquelas!
11. Mencione los tipos de Unidades Estratégicas de Negocios.
12. Explique las Unidades Relacionales Puras y Grupales y Nominativas, cuáles son sus características y presente ejemplo.
13. Qué busca la comunicación relacional?
14. Cuáles son los requerimientos del consumidor del siglo XXI?
15. Explique 3 principios básicos de la comunicación para desarrollar relaciones?
16. Qué beneficios genera la comunicación relacional en los aspectos sociales, psicológicos, económicos y personales?
17. Por medio de un ejemplo explique el objetivo que busca la comunicación relacional con los clientes?

18. Qué es un plan de Marketing Relacional, para qué se prepara y cuáles son sus características.
19. Explique los pasos para la elaboración de un Plan de Marketing Relacional.
20. En qué consiste la Fidelización, vinculación y retención de clientes? Presente ejemplos.
21. Qué es la cartera de clientes de una empresa y explique los estados por los que evoluciona.
22. En qué consiste la captación y canibalización de clientes? , presente ejemplo.
23. Por qué es importante el factor confianza en la retención y fidelización de clientes?. Presente ejemplo.
24. Con un ejemplo explique las variables “Experiencia del Cliente” vs “ Expectativas generadas” dentro del nivel de confianza de un cliente.
25. Qué es la Fidelización en el Marketing Relacional?. Presente un ejemplo local sobre una organización que lo haya implementado.
26. Mencione las claves del éxito de un programa de fidelización.
27. Explique las tipologías de programas de Fidelización.
28. Qué es la vinculación de clientes?
29. Presente un ejemplo sobre estrategias de retención de clientes.
30. Explique los consejos operativos para la gestión de retención de clientes.

### **VOCABULARIO SUGERIDO**

1TO1, B2B, B2C, CAC, CALIDAD DEL SERVICIO, CHURN, CLUSTERS, CSI, CROSSELLING, CURT CARLSON, CUSTOMER INTELLIGENCE, DATA BASE ANALYSIS, DATA WAREHOUSE, FIDELIZACIÓN, HEAD SHARE, HEART SHARE, LIFE TIME VALUE, LOYALTY CRM, LOYALTY MONITOR, MGM, MISTERY SHOPPER, MOTIVACIÓN, PREMIOS DE RECONOCIMIENTO, PRESCRIPCIÓN, PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN, PROGRAMA DE PARTNERS, PROMOCIÓN DE VENTAS, RETENCIÓN DE CLIENTES, ROI - SATISFACCIÓN DE CLIENTES, SEGMENTACIÓN, TARJETA DE FIDELIZACIÓN, TASA DE REDENCIÓN, UPSSELLING, WALLET SHARE.

### ***Para analizar:***

*“Si quieres ser sabio, aprende a interrogar razonablemente, a escuchar con atención, a responder serenamente y a callar cuando no tengas nada que decir”.* [Johann Kaspar Lavater](#)