

CRM





CRM

La importancia de gestionar a nuestros clientes

PRESENTACIÓN

La información y el acceso a la “big data” ha hecho que, en la actualidad, la economía esté basada en el cliente como eje fundamental del desarrollo de las organizaciones. Las relaciones con el cliente son la forma más simple de crear ventajas competitivas sostenibles, que derivan en fidelidad y, por consiguiente, crean barreras importantes para los competidores actuales y futuros.

La administración de las relaciones con el Cliente (CRM) es un agente de cambio que una vez aplicado tiene una continuidad permanente en el desarrollo e implantación de prácticas gerenciales sólidas y que atraviesan a la organización en su conjunto.

CRM es una estrategia usada para aprender más sobre las necesidades y comportamientos de los clientes y desarrollar relaciones más fuertes con ellas. Las buenas relaciones con el cliente son el origen del éxito del negocio.

OBJETIVOS

Objetivos Generales

Proporcionar a los participantes conceptos estratégicos sobre qué es un plan de relacionamiento y fidelización de clientes e ideas para implementarlos en diferentes industrias.

Objetivos Específicos

- Desarrollar en el participante la habilidad de evaluar un plan de relacionamiento y fidelización desde la óptica del Servicio al Cliente y las Ventas en la actualidad de su organización.

¿Qué es un plan de relacionamiento?

¿Qué tipo de planes de relacionamiento existen?

¿Qué plan de relacionamiento es el adecuado según el tipo de industria?

¿Qué le aporta un plan de relacionamiento a mi marca?

¿Cómo interactúa el plan de relacionamiento con el servicio que brinda mi compañía?

- Desde el punto de vista del relacionamiento, ser capaces de analizar:

¿Quiénes son mis potenciales y actuales clientes? ¿Son también mis usuarios?

¿Cuál es la manera más eficaz de conectar con cada uno de ellos?

- Identificar qué “promesa” estará detrás de mi plan de fidelización

- Identificar las métricas de un plan de relacionamiento y fidelización.

DESTINATARIOS

Dirigido a:

- Emprendedores, Empresarios, Directores, Gerentes, ejecutivos de ventas, personal de áreas de marketing, ventas y servicio al cliente y en general a todas aquellas personas que tengan a su cargo la responsabilidad de establecer o implantar estrategias de ventas y marketing.

*No se requieren conocimientos previos de Marketing.

Metodología de trabajo

El curso propone un contexto de aprendizaje dinámico en el que el docente se convierta en nexo y guía entre los contenidos teórico-prácticos impartidos y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes.

Una de las premisas es poder abordar análisis de casos reales para aprender de los mismos y fomentar un contexto en el que los participantes también puedan compartir experiencias que hayan vivido como clientes y apliquen los conceptos aprendidos para entender que variables podrían haber mejorado la experiencia vivida. Uso de presentaciones en PPT y material gráfico y audiovisual en el aula.

Procedimientos de evaluación y Acreditación - Certificación:

Los criterios y metodología de evaluación se sostendrán principalmente en la participación e involucramiento de los alumnos con la cursada.

Se considerará la realización de los ejercicios propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

El desempeño durante el curso, sumado al 75% de asistencia, habilitará al alumno a solicitar la certificación correspondiente.

Temario

La presentación de los temas a continuación está delineada en un formato de curso de 6 jornadas.

1. Conceptos generales y Evolución del CRM
2. Ciclo de vida de mi producto / servicio: cómo sacar provecho
3. Tipos de CRM y Canales de información
4. Modelo de comportamiento del cliente: relación y fidelización
5. Tecnologías CRM, eCRM
6. Métricas

Datos del curso

Este curso tiene una duración de 1,5 meses de 18 hs. totales. Son 6 encuentros de 3hs. cada uno, a dictarse 1 vez por semana.

Docente

Laura González

Coordinación

Andrea P. Del Grecco
Llc. en Comercialización

Si te interesa esta propuesta u otras del espacio, puedes escribirnos a:

marketing@sceu.frba.utn.edu.ar