

Duración: 65 horas.

Dirigido a: Profesionales de las áreas de Marketing y Comercial.

Descripción: Con este curso el alumno obtendrá todos los conocimientos necesarios para poder desarrollar y aplicar el sistema CRM. Este curso estará operativo desde el 7 de noviembre hasta el 31 de diciembre.

Contenidos:

- 1. UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE CRM**
 - a. Definiciones y desarrollo de CRM.
 - b. Fases de las estrategias de CRM.
 - c. Beneficios de los sistemas CRM.
- 2. UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA RELACIÓN CON EL CLIENTE EN CRM**
 - a. Mantenimiento de los clientes existentes, estrategias y objetivos tácticos en CRM.
 - b. Criterios para la selección de los clientes más rentables.
- 3. UNIDAD DIDÁCTICA 3. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**
 - a. Fases del proceso de fidelización de clientes.
 - b. Cómo medir la fidelidad del cliente.
 - c. Cómo fidelizar al cliente.
 - d. Modificación de las estrategias de relación con el cliente. Implantación del sistema CRM y desarrollo de un programa de comunicación eficaz.
- 4. UNIDAD DIDÁCTICA 4. E-CRM, APARICIÓN Y EVOLUCIÓN**
 - a. El marketing en internet.
 - b. Concepto de eCRM.
 - c. Estrategias de eCRM: información, análisis, personalización, segmentación del cliente, dirección, estructura, distribución, transacciones.
 - d. Oferta personalizada: el Marketing "one to one".
- 5. UNIDAD DIDÁCTICA 5. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA CRM EN INTERNET**
 - a. Los componentes CRM del e-Business.
 - b. Optimización de la relación con el cliente.
 - c. Desarrollo de programas a medida.
 - d. ¿Cómo implementar una solución eCRM en la empresa?
 - e. Beneficios de eCRM.
- 6. UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS DE PERSONALIZACIÓN EL BINOMIO ERP-CRM**
 - a. Principios de ERP.
 - b. Desarrollo del binomio ERP-CRM.
 - c. Los sistemas ERP en la empresa.
 - d. Cambios en la cadena de valor.
 - e. Ventajas de los ASP.
 - f. Otras alternativas para una oferta personalizada.
- 7. UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSIBLES APLICACIONES DE CRM EN LA EMPRESA**
 - a. Los nuevos intermediarios: agentes inteligentes.
 - b. Criterios para la selección del proveedor de CRM.
 - c. Casos de éxito.