

Gestión y relación con clientes. Customer Relationship Management

Aprende a desarrollar y optimizar la gestión de la relación con los clientes para lograr mayor rendimiento.

Este curso presenta un modelo de gestión basado en la satisfacción del cliente, teniendo como base el **marketing relacional**, y te capacitará para detectar las **áreas de mejora** y los factores que más afectan la **gestión de tus clientes**.



Dirigido a:

Profesionales con responsabilidades en el área comercial o de marketing, y responsables de proyectos CRM.

Objetivos:

- Entender al cliente y su valor actual para las organizaciones
- Desarrollar y alcanzar los conocimientos referentes a la Gestión y Relación con los clientes como actividad comercial clave en la empresa
- Saber integrar e interrelacionar la actividad de CRM con el resto de actividades del departamento comercial



Duración, calendario y lugar:

Duración: 8 horas

Barcelona, 2 de marzo de 2018, de 09:00 a 14:00h y de 15:00 a 18:00h



Tempo Consultoría Integral

Av. Diagonal, 442, 3º 2ª, 08037 Barcelona, Casa Comalat



Tel 93.611.63.60

Gestión y relación con clientes. Customer Relationship Management

Programa:

1. La gestión y relación con los clientes dentro de la actividad de la empresa
 - 1.1. Nuevos entornos
 - 1.2. Factores que ha hecho que el cliente sea una pieza clave en la organización
 - 1.3. El concepto de CRM
2. El cliente como concepto estratégico
 - 2.1. De la orientación a la venta a la orientación al cliente
 - 2.2. Del marketing transaccional al marketing relacional
 - 2.3. Clientes fieles y clientes cautivos
 - 2.4. Nuevos enfoques en los planteamientos comerciales
3. Desarrollo e implantación del plan de gestión y relación con clientes
 - 3.1. Valoración de la calidad de servicio al cliente
 - 3.2. Metodologías, técnicas y diagnósticos
 - 3.3. Conocer a los clientes
 - 3.4. Segmentación interna de la cartera de clientes
4. Estrategias i herramientas de gestión y relación con clientes
 - 4.1. El control de calidad i eficacia en las relaciones con los clientes
 - 4.2. Els Claims Management: concepto e implantación y gestión de incidencias
 - 4.3. Estudios de performance i los estudios de satisfacción de clientes
 - 4.4. Estrategias de marketing i comerciales centradas en cliente

Trade Marketing	Planes de fidelización
Creación de lazos con los clientes	Ofertas, promociones ad hoc



Importe: 175,00€

Formación bonificable

¡Bonifícate este curso! **Tempo** puede realizar las gestiones ante la Fundación Estatal. ¡Bonifícate este curso!

Importe bonificable: 104€

