

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE EN

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

[CEOCRM]



Descubre todos los beneficios de un CRM y empieza a utilizarlo como un elemento estratégico de negocio, que te permitirá obtener del cliente un mayor rendimiento y vinculación con tu marca.

TEMÁTICA

Planificación y gestión digital de la relación con los clientes	Los fundamentos del análisis y la segmentación de clientes	Estrategia multicanal
Estrategia en la experiencia de cliente	Customer Social Relationship Management	Del conocimiento del cliente a la relación relevante en el Contact Center
CRM en el Canal Comercial: Automatización en la gestión y seguimiento de procesos en fuerza de ventas y punto de venta	La tecnología al servicio del CRM	Regulación Jurídica del Marketing Directo & Relacional
La Implementación, Medición y Optimización de la estrategia CRM	MODALIDAD 100% ONLINE	 (Duración 3 meses)

METODOLOGÍA

- ▶ **100% Networking:** Acompañamiento personalizado, tutorías periódicas.
- ▶ **Lifelong Learning:** disfruta de distintos workshops con profesionales en activo.
- ▶ Indicador de progreso de consumo para facilitar el seguimiento al alumno.
- ▶ Webinars en directo y grabados para su autoconsumo flexible.
- ▶ Documentación descargable en PDF.
- ▶ Con nuestra Aula Virtual puedes acceder a los contenidos del curso 24 horas, 7 día a la semana.
- ▶ Desarrollo profesional con compañeros de los 5 continentes, opciones internacionales y contacto directo con otros mercados.
- ▶ Test de autoevaluación para que el alumno se asegure de que conoce conceptos clave.
- ▶ Proyecto final tutorizado sobre empresa real.

PERFILES PARA LOS QUE TE PREPARA EL CEOCRM

- ▶ Responsables de Marketing y Comunicación
- ▶ Jefes de Producto
- ▶ Responsables de Ventas
- ▶ Responsables de E-commerce
- ▶ Profesionales de Desarrollo de Negocio
- ▶ Responsables de Marketing Relacional
- ▶ Gerentes de PYMES

PROGRAMA

1. Planificación y Gestión Digital de la Relación con Clientes

- ▶ Papel del CRM en la estrategia de negocio de la empresa
- ▶ Diferenciación CRM-Marketing relacional
- ▶ Conceptos fundamentales, tipos y aplicaciones del CRM
- ▶ Programa de CRM: estrategia CRM, implantación tecnológica, gestión del cambio, medición y análisis de resultados
- ▶ Evaluación de la situación de partida CRM
- ▶ Benchmark capacidades CRM
- ▶ Assessment y Estrategia CRM
- ▶ Social CRM, gestión del cliente más allá de los soportes de contacto propios
- ▶ Segmentación en tiempo real

2. Prueba de Conexión Alumnos Online

3. Los fundamentos del análisis y la segmentación de clientes

- ▶ Los fundamentos en la creación de una base de datos de marketing
- ▶ Técnicas fundamentales de análisis y segmentación de clientes
- ▶ Qué técnica aplicar según objetivos de marketing
- ▶ Cómo analizar e interpretar los datos
- ▶ Profiling y Scoring de clientes y prospects
- ▶ Identificación de variables explicativas

4. Webinar: Planificación y Gestión Digital de la Relación con clientes

5. Webinar: Los fundamentos del análisis y la segmentación de clientes con clientes

6. Webinar: Principales modelos analíticos para la consecución de objetivos CRM

7. Principales modelos analíticos para la consecución de objetivos CRM

- ▶ El soporte del análisis a los principales objetivos de CRM.
- ▶ Técnicas de segmentación, identificación de clones y reducción de variables.
- ▶ BI en Valor del Cliente.
- ▶ BI en el ciclo de vida del cliente.
- ▶ BI en las acciones de Add-on selling.
- ▶ BI en el churn rate (contención y retención de clientes).

8. Customer Social Relationship Management

- ▶ Panorama de los medios sociales en Internet
- ▶ Comunidades, Widgets.
- ▶ La integración de las Redes Sociales en el Plan de Marketing Relacional: en la identificación de clientes potenciales.
- ▶ Aplicaciones de marketing, comunicación y ventas de la gestión de redes sociales
- ▶ Objetivos de Marketing aplicados a Social Media.
- ▶ Modelos analíticos para valorar el ROI: métricas y cuadro de mando fundamental.
- ▶ Integración de la gestión de redes sociales en la organización.

9. Webinar: Customer Social Relationship Management

10. Estrategia Multicanal

- ▶ Experiencia de cliente multicanal
- ▶ Gestión multicanal: de canales independientes a canales simultáneos
- ▶ Diseñando la experiencia en el Contact Center
- ▶ Experiencia de cliente online (web, mobile, email, chat)
- ▶ Autoservicio como elemento de generación de experiencias
- ▶ Mejores prácticas en la estrategia multicanal

11. Estrategia en la Experiencia de Cliente

- ▶ Retos y tendencias de la gestión de clientes
- ▶ Experiencia de cliente como estrategia de diferenciación
- ▶ Principios de la experiencia de cliente
- ▶ Construcción de la promesa de la experiencia
- ▶ Modelo de gestión de la experiencia de cliente
- ▶ El ecosistema de la Experiencia: El papel de cada área en la estrategia de experiencia
- ▶ Organización y despliegue de la estrategia

12. Webinar: Estrategia Multicanal y Experiencia Cliente

13. eCRM en el Canal Comercial: Automatización en la gestión y seguimiento de procesos en fuerza de ventas y punto de venta

- ▶ Los distintos modelos organizativos de fuerzas de ventas.
- ▶ El papel de la fuerza de ventas (SF) en el desarrollo de la estrategia CRM: integración, automatización del push y los grupos de control.
- ▶ La automatización desde la generación de la oportunidad a la postventa:
- ▶ arquitectura funcional, procesos desarrollados y valor económico aportado.
- ▶ Check-list para garantizar el éxito de la automatización. Organización y despliegue de la estrategia

14. Webinar: CRM en Red Comercial: automatización en la gestión y seguimiento de leads comerciales

15. La tecnología al servicio del CRM

- ▶ El proceso y la tecnología orientadas al negocio y al cliente.
- ▶ Arquitectura CRM de tecnologías de la información (IT).
- ▶ Mapa de sistemas orientado a la CRM.
- ▶ Data warehousing al servicio del CRM.PPC
- ▶ Marketing de Base de Datos.

16. Webinar: La tecnología al servicio del CRM

17. Del conocimiento del cliente a la relación relevante en el Contact Center

- ▶ La vinculación y las expectativas del cliente
- ▶ El Contact Center, como centro de prestación de servicios
- ▶ La multicanalidad, una oportunidad de negocio
- ▶ Calidad y Experiencia versus fidelización: la atención al cliente y el
- ▶ Contact Center
- ▶ DOCUMENTACIÓN PROFESOR

18. Webinar: Del conocimiento del cliente a la relación relevante en el Contact Center

19. La Implementación, Medición y Optimización de la estrategia CRM

- ▶ Del diseño a la primera implementación: Roadmap general.
- ▶ Size of the prize o límite a la inversión.
- ▶ El CRM analítico como motor de la optimización de la estrategia CRM.
- ▶ Necesidades futuras en el CRM operacional y colaborativo.
- ▶ Barreras heredadas y soluciones.
- ▶ Herramientas para hacer que la organización hable el lenguaje cliente.
- ▶ Seguimiento del valor económico generado: cómo añadir la magnitud cliente a los indicadores de la organización.
- ▶ Best-practices en Outsourcing.

20. Regulación Jurídica del Marketing Directo & Relacional

- ▶ Aspectos jurídicos del marketing relacional en materia de: Implicaciones regalos y recompensas, En gestión de la información, Almacenamiento y tratamiento de datos de carácter personal y Gestión de la comunicación.
- ▶ Los fundamentos legales para la realización de una Campaña. Aplicación de la LOPD y de la LSSI a bases de datos de carácter personal y listas y promociones y sorteos.

21. Webinar: La Implantación, Medición y Optimización de un CRM
22. Webinar: Regulación Jurídica del Marketing Directo & Relacional

*Curso sujeto a posibles cambios.