

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Estrategia

OBJETIVOS

- » Conocer las herramientas básicas de análisis estratégico, las opciones fundamentales a la hora de formular estrategias y ser capaz de implantar las y llevarlas a la acción.
- » Profundizar en las técnicas y conceptos de CRM.
- » Ser capaz de pensar estratégicamente y de conceptualizar iniciativas de CRM.

PROGRAMA - FASES

- » Fundamentos de Dirección Estratégica y Justificación del CRM desde la estrategia.
 - » Introducción al concepto de CRM
 - » La Estrategia
 - » Justificación Estratégica del CRM
 - » CRM y gestión de conocimiento
- » Orientación al Cliente y CRM.
 - » Introducción al Marketing Relacional
 - » Economías de Lealtad
 - » Pirámides y Equipos de Clientes
 - » CRM
 - » Casos Prácticos
- » Cuadro de Mando Integral.
 - » Balanced Scorecard
 - » Los Mapas Estratégicos
 - » Caso Práctico

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Gerentes y directivos de grandes, medianas y pequeñas empresas. Responsables de marketing de grandes empresas. Mandos intermedios con responsabilidades sobre gestión de clientes.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*