



CRM - La Administración de la Relación con los Clientes.

El programa de formación de CRM, la administración de la Relación con los Clientes: se diseñó con el objetivo de brindar al aprendiz las herramientas necesarias para desenvolverse en un entorno tan competitivo y cambiante como lo es el ámbito empresarial, el cual se torna cada vez más exigente, actualmente la atención no se focaliza en producto, sino en el cliente. Por lo que se hace necesario tener un mayor conocimiento del usuario, para ofrecerle un trato personalizado.

El CRM nace como una estrategia que permitirá a las empresas, tener un contacto directo con los clientes y sus preferencias, logrando así una fidelización a la empresa y a sus productos.

Contenido

- Introducción al CRM
- Tipos de CRM
- Entorno, beneficios y ventajas CRM
- CRM y el área de ventas
- CRM y el marketing relacional
- CRM en el servicio al cliente

Habilidades que Desarrolla

- Experimentar e identificar la naturaleza, el proceso y componentes de la comunicación.
- Generar ideas aplicando procesos y procedimientos creativos.
- Expresar las ideas de acuerdo con las metodologías y técnicas de comunicación escrita.
- Generar de lealtad en el cliente.
- Definir CRM acorde a los parámetros establecidos.
- Justificar el enfoque hacia el cliente en lugar de tener un enfoque hacia el producto.
- Definir estrategias para atraer al clientes
- Generar lealtad acorde a las políticas de la organización.
- Conocer los beneficios del CRM trae a la organización.
- Establecer características de las áreas de la empresa.
- Identificar la mercadotecnia, las ventas, y el servicio al cliente.



Requisitos de Ingreso

Se requiere que el aprendiz tenga acceso a Internet y tecnología como computador. Además dominio de los elementos básicos relacionados con el manejo de herramientas informáticas y de comunicación: correo electrónico, software para ofimática, navegadores.

Inscríbese aquí! 