



**EIDEC – Escuela Internacional de Desarrollo, Educación y Capacitación
Fundación Panamericana para el Desarrollo Integral de Altos Estudios**

Email: infoeidec@eidec.com.ar

Customer Relation Management (CRM – Gestión de las Relaciones con los Clientes)

El curso puede realizarse en forma independiente o como parte de los siguientes Certificados Universitarios:

- Certificado en Gestión de Empresas y Emprendimientos Profesionales.
- Certificado en Gestión de Acciones de Marketing.

Certificación:  Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Buenos Aires
SECRETARÍA DE CULTURA Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Descripción

El concepto de CRM se refiere a focalizar la atención en el cliente. Se trata de planificar una estrategia de organización centrada en el conocimiento de los clientes, detectando sus necesidades, aumentando su grado de satisfacción, incrementando la fidelidad a la empresa e aumentando así la rentabilidad o beneficios que cada cliente significa para la empresa. Esto se hace analizando la información desde los diferentes canales o medios de comunicación con los clientes. Es allí donde entran en juego las herramientas informáticas como medio para trabajar con esta información.



Sede Buenos Aires:

Av. Carlos Pellegrini 445 – Piso 1A (y Av. Corrientes).

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Teléfonos y fax: (011) 43.28.30.27 // 43.28.31.38

E-mail: infoeidec@eidec.com.ar ; WEB: www.eidec.com.ar



Es así que las estrategias de CRM van un paso más allá de los programas de fidelización para incorporarlos dentro de una estrategia integral destinada a gestionar una relación efectiva con los clientes.

Contenidos

Principios básicos del CRM. Elementos fundamentales en la planificación de un sistema de CRM. Componentes de un sistema de CRM. Herramientas tecnológicas. Data mining en CRM. Colaboración y personalización. CRM, marketing relacional y programas de fidelización de clientes. Incremento del valor de los clientes. *Cross-selling* y *up-selling*. Optimización de los contactos con el cliente. Análisis de los canales de contacto. Automatización del proceso. Administración de canales de comunicación. Utilización de canales intermedios. Automatización de la fuerza de ventas basada en herramientas tecnológicas. Evaluación para la implementación de un sistema de CRM. ¿Qué condiciones debe cumplir? ¿Con qué recursos humanos debo contar? Evaluación de proveedores. Costos de implementación. Plan de implementación.

Duración: 12 horas en 4 encuentros de 3 horas.

Equipo de Profesores

Lic. Vanina Quiroga. Lic. en Ciencias de la Comunicación (UBA). Posgraduada en Marketing Directo e Interactivo (Universidad de San Andrés). Se desempeñó como responsable de planeamiento estratégico en McCann Relationship Marketing Worldwide – agencia de marketing internacional del grupo McCann y como consultora independiente para distintas empresas tales como ACERCAR, AT Consultores, Fundación Aiglé.

Lic. Daniel Rodríguez Hernandorena. Licenciado en Comercialización. Posgraduado en administración de empresas de salud. Cuenta con más de 20 años de experiencia en gerencia de Unidades de Negocios, Ventas, Marketing, Comunicación a Clientes y entrenamiento y conducción de fuerzas de ventas. Docente en el área de Marketing en

Sede Buenos Aires:

Av. Carlos Pellegrini 445 – Piso 1A (y Av. Corrientes).
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Teléfonos y fax: (011) 43.28.30.27 // 43.28.31.38
E-mail: infoeidec@eidec.com.ar ; WEB: www.eidec.com.ar



la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Fue Gerente Comercial del Instituto Alexander Fleming, Gerente de Ventas especiales para Xerox Argentina y consultor responsable del área de ventas para Omega ART entre otras empresas para las que se ha desempeñado como consultor en las áreas de comercialización y ventas.

Certificación

Al completar su curso los alumnos reciben el Certificado correspondiente al Curso de CRM emitido por la Fundación Panamericana para el Desarrollo Integral de Altos Estudios.

Materiales y metodología

El curso incluye carpeta con materiales de estudio y eventualmente acceso a materiales complementario en formato digital. Los grupos de trabajo son reducidos y se trabaja con una modalidad participativa, de análisis de casos, evaluación de la aplicación de los conceptos según el caso y discusión de temas puntuales en función de los intereses y orientación de los participantes.

Sede Buenos Aires:

Av. Carlos Pellegrini 445 – Piso 1A (y Av. Corrientes).
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Teléfonos y fax: (011) 43.28.30.27 // 43.28.31.38
E-mail: infoeidec@eidec.com.ar ; WEB: www.eidec.com.ar