SEMINARIUM
EXECUTIVE EDUCATION

IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CRM

Work Shops | PROGRAMAS ONLINE EN VIVO

Cientos de libros y artículos se han escrito acerca del CRM, existen incontables empresas que desarrollan y comercializan software para CRM, se habla continuamente de los procesos de personalización como algo teórico, recayendo en los mismos casos y ejemplos de siempre, pero ¿cómo se implementa una estrategia total?

Por todo esto y notando la necesidad de contar con una metodología que permita por fin, bajar a la práctica, años de teoría y promesas sin sustento, es que creamos a partir de la experiencia real, este workshop eminentemente práctico para que por fin sepamos por dónde empezar, cómo gestionar el proyecto, como medirnos y por sobre todas las cosas, que el cliente noté que ya no es uno más, es decir trabajar para que el CRM cambie nuestra empresa como tantos libros prometen.

Beneficios

- Entregar una metodología probada y sin complejidades, que le permita poner en marcha una estrategia de CRM en empresas de cualquier tamaño o rubro, maximizando los recursos disponibles y por, sobre todo, sin cometer los errores en los que han incurrido miles de empresas en el mundo. El software es fundamental, pero sin planificación estratégica el CRM jamás tendrá éxito.

- Realizar su plan de implementación completo, con las bajadas tácticas necesarias para comenzar al día siguiente. Desde el relevamiento hasta la gestión del cambio en los recursos humanos, pasando por la tecnología, procesos y tácticas de marketing relacional basadas en el gerenciamiento de la relación con el cliente

Facilitador

Hugo Brunetta

Doctorando en ciencias de la administración, por la Pontificia Universidad Católica Argentina.

Hugo es Director del Posgrado en Marketing Relacional, CRM y CEM; director del Posgrado Neuromarketing y Neuroventas, Universidad de Belgrano; director del Posgrado en Retail Marketing & Management, director del Posgrado en Business Intelligence y Métricas de Marketing, todos en la Universidad de Belgrano, en Argentina. Además es académico en diversas instituciones de reconocido prestigio en Latinoamérica, España y Estados Unidos.
Como consultor y capacitador ha trabajado para más de trescientas grandes empresas de todo Iberoamérica.
Hugo es un prolífico autor. Entre los libros editados, se pueden mencionar: “Del Marketing Relacional al CRM”, “Customer Experience”, “Piense como cliente, actúe como gerente”, “Dirección Comercial avanzada”, “Community Management”, “CRM: la guía definitiva”, “Sentido Común: de la razón a la emoción” y “La experiencia del cliente: de la estrategia a la implementación” este último con editorial Planeta.
Es Fundador y presidente de la Asociación Argentina de CRM. Fundador y director del consejo de la Sociedad Iberoamericana de CRM. Miembro del Retail Institute. Ganador del Premio Iluminis a la Excelencia Académica. Miembro del consejo consultivo de la Asociación Peruana de CRM.

Programa

- Alineación de conceptos
- Los errores prácticos que cometen las empresas
- Etapas de la planificación
- Análisis y diagnóstico de la empresa
- Definición de objetivos cuanti y cualitativos
- Líder de proyecto, roles, responsabilidades
- Mapa de contacto y momentos de la verdad
- Métricas e indicadores claves de proceso
- Gestión del cambio interno. Cultura hacia el cliente
- Software: elección de la herramienta adecuada
- Del Call Center al Contact Center
- CRM ScoreCard
- Social CRM, integración de las redes sociales
- Automatización de la fuerza de venta
- Automatización de las campañas de marketing
- Tácticas relacionales surgidas del conocimiento del cliente
- Plan interno de capacitación
- Puesta en marcha, control, ajustes y seguimiento

Próxima Fecha:
Horario:
Formato: 3 sesiones de 3 horas

Mayor información en inscripciones

www.seminarium.com.mx informacion@seminarium.com.mx