

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

- Comprender las características y peculiaridades del cliente 2.0 más exigente y, a través de dicha comprensión, elaborar la estrategia de comunicación en función de las nuevas tecnologías.- Analizar cómo son los nuevos modelos comerciales en la era actual con el fin de afrontar las nuevas tendencias futuras.- Conocer desde una perspectiva global e integral el ámbito del CRM o la gestión de la relación con el cliente.- Introducir el concepto de business intelligence en el mercado empresarial, como disciplina para la toma de decisiones.- Comprender la importancia de la ubicuidad tecnológica, a través de la movilidad digital y la gamificación móvil en el entorno comercial, analizando sus beneficios, riesgos y posibilidades de aplicación práctica para mejorar la productividad del empleado, la fidelidad del cliente, la motivación y la mejora de la calidad de vida.- Analizar la importancia del soporte y el mantenimiento en los entornos TIC como sistemas de ayuda de fidelización y acción comercial, CRM, business intelligence y plataformas gamificadas.- Comprender la importancia de la aplicación de la escucha activa en las redes sociales y entornos digitales.

CONTENIDOS

Modelos comerciales para la nueva era Introducción Mercado Competencia Clientes Propuesta de valor Cambios, transformación, creatividad y desarrollo Estrategia de canal y las nuevas tecnologías Resumen CRM Introducción Concepto de CRM Tipos de CRM CRM y fidelización del cliente CRM y acción comercial Gamificación aplicada al CRM Resumen Business intelligence Introducción Fundamentos del business intelligence Business intelligence y estrategia comercial Resumen La ubicuidad Introducción Mobility Gamificación móvil Resumen Soporte y mantenimiento Introducción Introducción al soporte y mantenimiento en entornos TIC Tipos de mantenimientos en sistemas TIC El soporte como herramienta de fidelización Plataformas y canales de soporte Resumen Escucha activa: redes sociales Introducción Definición y elementos de la comunicación en el entorno digital Barreras de la comunicación aplicadas a las redes sociales y entornos tecnológicos Empatía, asertividad y escucha activa en las redes sociales Atención al cliente en las redes sociales La comunicación escrita Resumen

