

Categorías: Transformación digital

OBJETIVOS

Saber las técnicas para conocer a tu cliente, cómo gestionar la información y el significado de tener al cliente en el centro

CONTENIDOS

Unidad 5. El Cliente

1. Nuestros clientes y la información que nos proporcionan
 - 1.1 Técnica de Marketing. Segmentación
 - 1.2 Pasos para entender a nuestros clientes
2. Cambio de paradigma, que significa tener al cliente en el centro
3. ¿Qué es el marketing?
 - 3.1 ¿Cómo ha evolucionado?
 - 3.2 El marketing orientado a empresas y a clientes
4. Conceptos de Omnicanalidad, Control impacto, Visión unificada
 - 4.1 ¿Qué es omnicanalidad?
 - 4.1.1. ¿Cómo nos impacta?

