

# Cuadro De Mando: Crm



20 horas



Familia:

Administración y Oficinas



## OBJETIVOS

Diferenciar las fases del proceso comercial.

Diferenciar las distintas perspectivas del Cuadro de Mando Integral (CMI).

Conocimiento sobre base de datos.

Analizar los aspectos previos para implantar un CRM.

Conocer cuáles son las características del Cuadro de Mando Integral (CMI).



## CONTENIDOS

### **Tema 1. El cuadro de mando integral.**

Introducción.

Entradas.

Técnicas y herramientas: elementos y proceso de elaboración de un sistema de gestión basado en el CMI.

Salidas.

### **Tema 2. Nuevas tecnologías: CRM.**

Introducción: evolución del entorno.

Del marketing transaccional al marketing relacional.

Las fases del proceso comercial y las causas de la fidelidad.

Bases de datos.

Aspectos previos para implantar un CRM.