



## Curso «Herramientas tecnológicas para el seguimiento al cliente (CRM)»

Objetivos	
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Valorar la importancia de la relación con el cliente y formular planes y estrategias enfocadas a la satisfacción de los usuarios del producto o servicio, a través de la aplicación de sistemas y herramientas automatizadas de seguimiento.</li><li>▪ Reconocer la importancia de la relación con el cliente y aplicar herramientas tecnológicas de seguimiento a fin de incrementar la satisfacción de los usuarios del producto o servicio.</li></ul>
Contenido temático	
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Antecedentes</li><li>2. Definición</li><li>3. Planteamientos<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Implantación interna</li><li>▪ asp de productos crm</li><li>▪ Outsourcing del contact center</li><li>▪ Hosting de soluciones crm</li></ul></li><li>4. Características deseables</li><li>5. Estructura<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Crm analítico</li><li>▪ Crm operacional</li><li>▪ Crm colaborativo</li></ul></li><li>6. Funcionalidad crm</li><li>7. Principales soluciones<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Altitude software</li><li>▪ Amdocs</li><li>▪ Dipsa it</li><li>▪ Infomaster</li><li>▪ Jd Edwards</li><li>▪ Navision</li><li>▪ Optima</li><li>▪ Oracle</li><li>▪ Peoplesoft</li><li>▪ sap</li><li>▪ sas</li><li>▪ Schlumberger sema</li><li>▪ Selligent</li><li>▪ Siebel</li></ul></li><li>8. Análisis de la integración</li><li>9. Evolución cronológica de un sistema integrado con crm</li><li>10. Datamining: descubriendo patrones</li></ol>



	de conducta o tendencias del mercado 11. E-crm o la atención al cliente por la Internet 12. Roi de un proyecto de crm y estrategia a seguir
<b>Metodología</b>	
	Exposición por parte del instructor y práctica en sala de cómputo.
<b>Duración</b>	
	30 horas