

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is in the top right, and a grey shape is in the top left. A grey shape also extends from the top left towards the center. At the bottom, there are more teal and grey shapes, including a prominent grey triangle pointing upwards.

Guía didáctica

Aprende a usar un CRM - Nivel 1

INTRODUCCIÓN

Un sistema de gestión de relaciones con los clientes (CRM) es una herramienta esencial para las empresas de todos los tamaños. Puede ayudar a las empresas a organizar y administrar sus datos de clientes, realizar un seguimiento de las interacciones con los clientes, cerrar más ventas y mejorar el servicio al cliente.

Por ello, a lo largo de este curso, vamos a centrarnos en conocer todo ello con mayor profundidad.

OBJETIVO GENERAL

Administrar sistemas relacionales de gestión de clientes y/o usuarios (CRM)

Objetivos específicos

- Generar el universo de datos de una organización a través de la definición de diferentes segmentos, colectivos y tipos de usuario.
- Determinar una planificación de acciones de sistematización de procesos de análisis, curación, optimización y reporte de unos datos, formando el propio universo de una organización.

CONTENIDO FORMATIVO

	Aprende a usar un CRM - Nivel 1	60 horas
UA1	Gestión de base de datos de usuarios (CRM) y segmentación <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de interacción con los clientes • Generación, gestión y comunicación de contactos • Listas y bases de datos • Fidelización de clientes • La implementación de un CRM • Qué es la CRM • Segmentación de los datos I. Segmentación de los datos II. • Técnicas de segmentación • Estrategias CRM de marketing online • Estrategias para la confección de campañas de publicidad online • Informes de monitorización de base de datos 	29
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	29,5
	UA2	Estrategias de sistemas relacionales (CRM) <ul style="list-style-type: none"> • Gestión del valor del cliente • Analítica para la creación de perfiles • Customer Life Time Value • Explotación, optimización y curación de bases de datos • Técnicas de depuración de bases de datos • Valor del CRM para la empresa y centralización de la relación con el cliente • CRM acorde a la filosofía lean y ágil, para empezar de forma rápida con nuestras campañas • Introducción al lenguaje R I y al lenguaje R II
Cuestionario de autoevaluación	0,5	
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	29,5
	Prueba final de evaluación	1