

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The text is centered in the white space between these shapes.

Guía didáctica

Aprende a usar un CRM - Nivel 2

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

- Determinar actuaciones transversales de acciones informativas, comerciales y de comunicación realizadas sobre segmentos y usuarios, formando una base de datos impactada, permitiendo un seguimiento, control y corrección de desviaciones en el caso de que se produjeran.
- Desarrollar planes de acción enfocados en una monitorización del comportamiento de usuario y del cuadro de mando general del sistema relacional de clientes y/o usuarios.

CONTENIDO FORMATIVO

	Aprender a usar un CRM - Nivel 2	60 horas
UA1	<p>Analítica, medición y seguimiento de acciones en CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canales de captación y generación de datos • Codificación y analítica digital • Modelos predictivos • Herramientas para fines operacionales vs analíticos • Lead Scoring y su importancia en nuestra estrategia Inbound • Saber qué es la ciberseguridad y cómo se relaciona con la seguridad de la información <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición de ciberseguridad y su importancia en la era digital ○ Explicación de la relación entre la ciberseguridad y la protección de la información confidencial de una organización • Reglamento de protección de datos: El RGPD <ul style="list-style-type: none"> ○ La repercusión del RGPD en las empresas ○ Aproximación al data journey ○ Principios de la RGPD ○ Beneficios y riesgos de la implantación de la RGPD. Nuevas figuras que surgen de ella 	32
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	32,5
UA2	<p>Monitorización del dato en CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos de negocio basados en la generación de datos • Big Data: origen y contextualización • Soluciones en la nube para Big Data • Contextualización práctica de la productividad del dato • Tipología de los datos • Tratamiento del dato <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura arquitectónica en Big Data • Big Data Analytics <ul style="list-style-type: none"> ○ Big data analytics, data mining y data science • Herramientas fundamentales del Big Data Analytics 	26
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	26,5
	Prueba final de evaluación	1