



COMM058PO. Marketing relacional.

Sku: PS766

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Valorar la importancia e implementar las técnicas de marketing relacional en las empresas, así como comprender las características de la gestión de las relaciones con los clientes o CRM, modelo, fases y utilizar las técnicas de marketing directo y online más actuales

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE MARKETING 1.1. Contexto: ámbito sectorial de la empresa. 1.2. Principales definiciones de marketing. 1.3. Desarrollo histórico del concepto. 1.4. Papel del marketing en la empresa. 1.5. Estrategia del marketing mix. 1.6. Análisis del entorno actual. **2. DEL MARKETING TRADICIONAL AL RELACIONAL** 2.1. Origen y concepto de marketing relacional. 2.2. Objetivos del marketing relacional en la empresa. 2.3. Elementos del marketing relacional. 2.4. Características y pasos fundamentales del marketing relacional. 2.5. Utilización del marketing relacional en el entorno empresarial. 2.6. Tipos de relaciones según su origen. 2.7. Importancia del marketing relacional para la empresa. 2.8. Marketing tradicional vs marketing relacional. 2.9. Errores del marketing tradicional. 2.10. Ejemplo de marketing relacional. **3. GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES (CRM)** 3.1. Modelo CRM. 3.2. Fases del proceso de un CRM. 3.3. Beneficios y ventajas. 3.4. Implementación. 3.5. ¿Está preparada tu empresa? 3.6. Errores más frecuentes. 3.7. CRM para solucionar problemas de la empresa. **4. MARKETING DIRECTO, BASE DEL MARKETING RELACIONAL** 4.1. Introducción. 4.2. Origen y definiciones. 4.3. Aplicaciones y objetivos. 4.4. Elementos. 4.5. Características y ventajas. 4.6. Inconvenientes. 4.7. Instrumentos funcionales. 4.8. Herramientas estratégicas. 4.9. Correcto funcionamiento. **5. INTERNET Y LOS NUEVOS CONCEPTOS DE MARKETING** 5.1. Internet como herramienta. 5.2. Marketing interactivo. 5.3. Marketing uno a uno (one to one). 5.4. Marketing digital.