



## crm Strategy

**Sku:** PS1020

**Horas:** 20

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

Mejorar la imagen de marca y reforzar el valor diferencial de la empresa, generando un mayor número de oportunidades con el cliente y aumentando el volumen de ventas.

### CONTENIDOS

**1. INTRODUCCIÓN 2. FASES DEL PROCESO DE UN CRM 2.1. Beneficios y ventajas 2.2. Implementación 2.3. ¿Está preparada tu empresa? 2.4. Errores más frecuentes 3. CRM PARA SOLUCIONAR PROBLEMAS DE LA EMPRESA**