



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