



## COMO HACER RENTABLE LAS RELACIONES CON SUS CLIENTES

### MODULO

### CONTENIDO

Fundamentos del Mercadeo y generación del concepto relacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender los fundamentos del Mercadeo de tal forma que se identifique que la orientación al cliente llevó a la formulación del concepto de Mercadeo Relacional como una forma de obtener mejores resultados para las empresas.</li> <li>• Comprender y diferenciar los conceptos de mercadeo transaccional y mercadeo relacional, de tal forma que se pueda identificar el tipo de relacionamiento y transaccionalidad que una empresa tiene con sus clientes</li> </ul>
Conceptualización de los elementos fundamentales del Mercadeo Relacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y diferenciar los conceptos básicos del Mercadeo Relacional de tal forma que se comprenda la importancia estratégica de un óptimo relacionamiento con los clientes.</li> <li>• Comprender los elementos fundamentales del Marketing Relacional que deben ser tenidos en cuenta en la construcción de una estrategia relacional.</li> <li>• Identificar las etapas básicas para desarrollar una estrategia relacional que permita mejorar el relacionamiento con los públicos de la empresa.</li> </ul>
Estrategia Relacional y programas de Mercadeo Relacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar la capacidad de formular una estrategia relacional que tenga impacto sobre el fortalecimiento de las relaciones con los clientes.</li> <li>• Comprender como se realiza el proceso de planeación estratégica relacional para determinar la estrategia relacional que garantizará el cumplimiento de los objetivos</li> </ul>

trazados.

Programas de fidelización, vinculación, retención de clientes y herramientas de Mercadeo Relacional (Bases de datos y Customer Relationship Management –CRM- )

- Identificar los diferentes tipos y niveles de los Programas de Marketing Relacional que serán utilizados para la gestión de la relación con clientes.
- Comprender los conceptos de fidelización, vinculación y retención de clientes como fundamentos básicos de la gestión con clientes.
- Identificar la forma en que las bases de datos pueden ser utilizadas para desarrollar actividades de Marketing de bases de datos.
- Comprender los conceptos básicos del CRM como una herramienta gerencial para administrar las relaciones con los clientes.