

Marketing de Relacionamento e CRM

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências e práticas que permitam construir e manter relacionamentos de longo prazo com os clientes.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes deverão ser capazes de desenvolver estratégias e métodos de negociação, técnicas de relacionamento para manter e fidelizar clientes, percebendo a importância da disciplina, atitude e paixão como fatores diferenciadores.

Destinatários

Este curso destina-se a Gestores, Diretores Comerciais, Chefes de Equipa, Supervisores e Profissionais de Marketing, e de uma forma geral a todos os profissionais envolvidos no contacto com grandes Clientes.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdos

1. Planeamento, comunicação e relacionamento

- Planeamento com focus no Resultado;
- Saber ouvir, perguntar e processar informações;
- O processo de Comunicação estratégica;
- Comunicação com o cliente: a busca do feedback;
- O novo consumidor e a velha empresa;
- Foco no Cliente: compromisso com o sucedido do Cliente;
- Os quatro Cs: cliente, custo, conveniência e comunicação;
- A etapa mais importante no ciclo de vendas: relacionamento;
- Relacionamento: Uma conquista diária;
- Relacionamento: o compromisso de sucesso do cliente;
- Os 3 Fatores de Sucesso: Atitude, Paixão e Disciplina.

2. Crm (customer relationship management)

- Introdução;
- Principais Processos de CRM;
- Fases de Implementação do CRM na Empresa;
- CRM Operacional, Analítico e E-CRM;
- Modelos de Programas de Fidelização;
- Desenho de um Programa de Fidelização Eficaz.