

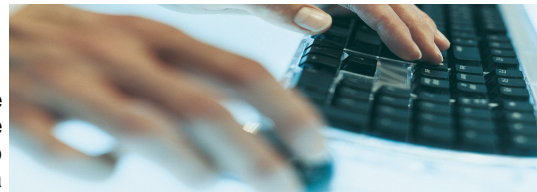
ESPACIO DE APRENDIZAJE E INTERACCIÓN CON PERSONAS QUE HAN TENIDO EXPERIENCIA EN LA IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE CRM Y DE CENTRALIZACIÓN EN EL CLIENTE. COMPARTA CON LOS FACILITADORES Y CON OTRAS EMPRESAS Y CONSOLIDE SUS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS EN CRM.

Objetivo

Brindar a los asistentes un enfoque práctico y efectivo para validar, diseñar e implementar una estrategia de CRM o de "Centralización en el Cliente" al interior de sus organizaciones. Basados en el concepto de "4 Pilares para CRM", se trabajará en conjunto con los participantes en la definición de los elementos críticos a tener en cuenta al momento de definir una estrategia de focalización en el cliente como herramienta para establecer una diferenciación en el mercado.

Programa detallado del Seminario – Taller CRM Práctico 2010

1. Ejercicio de definición de CRM. Se utilizarán algunas dinámicas de grupo para llegar a un consenso sobre el significado de CRM y la forma como las empresas esperan aplicarlo para mejorar la relación con sus clientes y lograr altos índices de fidelización.
2. Análisis de los Cuatro Pilares fundamentales de CRM. Se explicará en detalle los elementos sobre los cuales se fundamenta una iniciativa de CRM.
3. ¿Cómo se encuentra actualmente mi empresa para CRM?. Utilizando una metodología definida por Mind de Colombia, procederemos a realizar un ejercicio en el cual se hará un análisis por parte de cada uno de los participantes del nivel actual en el cual se encuentra su organización para abordar una estrategia o iniciativa de CRM. Se utilizará después el Modelo de Madurez para Ambientes de CRM para identificar el camino más adecuado para definir un plan de trabajo hacia CRM.



4. Modelo del Ciclo de Evolución del Cliente. Utilizando un proceso desarrollado por Mind de Colombia, explicaremos el Ciclo de Evolución del Cliente, el cual es el núcleo central de la metodología de CRM y se desarrollarán ejercicios para conocer el Ciclo de Evolución del Cliente para cada una de las empresas participantes.



5. "Momentos de Verdad". Definición y análisis de los Puntos de Interacción con el Cliente. A través de dinámicas de grupo se explicará el concepto de Puntos de Interacción con el cliente y la forma de diseñar y poner en operación momentos de verdad que generen valor para el cliente y desarrollen lealtad y fidelidad de su parte. Se harán ejercicios para comprender el alcance de este importante concepto y su relación con el Ciclo de Evolución del Cliente.

6. Herramientas para Optimizar los Puntos de Interacción con el Cliente. Con base en los Cuatro Pilares fundamentales de CRM y del análisis de Puntos de Interacción con el Cliente, procederemos a dar guías a los participantes de las mejores prácticas y las opciones de mejora en cada uno de los 4 pilares y la forma de generar experiencias positivas en la relación con el cliente. Este es uno de los capítulos más extensos del seminario y en él se entregarán muchas herramientas de utilidad para un proceso de mejora en las relaciones con los clientes.

(Continúa siguiente pagina)

El Seminario Taller CRM Práctico 2010 es patrocinado por:

SAGE SALESLOGIX

www.culturacliente.com/saleslogixcrm

NETSUITE
ONE SYSTEM. NO LIMITS.
www.culturacliente.com/netsuitecrm

Bogotá
20 y 21 de Abril de 2010



¿Por qué asistir a este Seminario - Taller?

Menos carreta y más acción, menos teoría y más hechos concretos y herramientas tangibles, para nuestra realidad. Más herramientas y menos conceptos, estos son muy importantes pero hay muchos y son de fácil consecución.

Las herramientas, cómo aplicarlas, cómo adecuarlas a mi organización, en que momento usarlas para los "4 pilares del CRM", quien las debe usar, esto es lo que realmente se requiere en el momento en el que llega la "ACCIÓN".

Contáctenos

Email: informacion@mind.com.co

Tel: 57-1-6222310

Cel: 57-312-3041358

Portales:

www.culturacliente.com

www.crmagil.com

www.mind.com.co



¿Quiénes pueden sacar provecho de esta actividad?

Aquellas personas que tengan el interés y la responsabilidad

Definir una estrategia de CRM e identificar concretamente los pasos para ejecutar una iniciativa de CRM que ya se inició, pero que no rinde sus frutos o que debe ser optimizada

Recomendar a su organización el camino para desarrollar una ventaja competitiva en su mercado basados en una estrategia de "Retención de Clientes y el desarrollo de su lealtad" generando rentabilidad y crecimiento.

Consolidar una estrategia de cubrimiento y atención al cliente de forma integral, consistente y rentable

Administrar y definir el alcance de un proyecto CRM en la actualidad



7. Ejercicio para desarrollar fuera del Taller. Al finalizar el primer día del seminario taller, se explicará a los participantes un ejercicio que deberán desarrollar para el día siguiente, el cual, a través del estudio de un caso real, les permitirá comprender la importancia del diseño y ejecución de interacciones con los clientes de alto valor y como estas generan conductas de lealtad y sentimientos de fidelidad en los clientes.

Este ejercicio brindará importantes herramientas para que cada uno de los participantes puede integrarlas en sus procesos de negocio.

8. Proceso de Fidelización de Clientes Actuales. Un seminario taller de CRM no estaría completo sin considerar las estrategias y tácticas que permitan generar fidelidad por parte de los clientes actuales de la organización. Para esto explicaremos una clara metodología para conocer muy bien sus clientes actuales y definir programas de fidelización de acuerdo con su estrategia de negocios y lo que sus clientes desean de su empresa.

9. Construcción de una Propuesta de Iniciativa de CRM para la organización. Finalmente, ensamblaremos todos estos elementos para enseñar a los participantes como construir una propuesta clara y tangible de una estrategia de CRM para la empresa. Incluyendo análisis financiero (ROI) y un claro análisis de situación (DOFA), se procederá a construir una propuesta de CRM para la dirección de la empresa.



Para conocer mayor información de CRM Practico 2010 y los testimonios de personas que han participado en anteriores versiones del seminario, por favor visite

www.culturacliente.com/crmpractico2010

Facilitadores:



Carlos Fernando Navarro: Consultor especializado en temas de mercadeo y ventas. Experiencia de más de 20 años en cargos relacionados con temas de ventas y dirección en diferentes organizaciones. Expositor en diferentes foros de ventas y CRM, ha participado en la implantación de estrategias de CRM para diversas organizaciones a nivel latinoamericano. Facilitador permanente de seminarios de Venta Consultiva y de CRM Práctico. Editor principal del sitio www.crmagil.com y www.cumplendolacuota.com

César Andrés Jaramillo: Consultor especializado en temas comerciales y de tecnología con más de 9 años de experiencia en la implantación de estrategias de CRM. Ha participado en varios proyectos a nivel latinoamericano. Gran experiencia en la definición e implantación de estrategias de centralización en el cliente y sus componentes de apoyo tecnológico. Expositor en diferentes foros sobre CRM y facilitador permanente de los seminarios de CRM Práctico. Consultor especializado en la implementación del sistema Sage SalesLogix CRM. César ha sido líder de proyecto de CRM en importantes empresas como Cementos Argos S.A., Laboratorios Genfar S.A., Sodexho Pass de Colombia S.A., Luminex Legrand entre otras.

Luis Jorge Valbuena: Consultor con más de 20 años de experiencia en implementación de proyectos en empresas de servicios y manufactura. Amplia experiencia en gerencia de proyectos y aplicación de tecnología en diferentes áreas de las organizaciones. Ha participado en la implementación de proyectos en áreas de manufactura, finanzas, comercial y gerencia en diversas organizaciones en Latinoamérica y el Caribe. Director de Implementación de Proyectos CRM con el sistema Netsuite.



Cuando, Donde y Más Información

CRM Práctico 2010 tiene una duración de 2 días y estos son los datos de ejecución:

Fecha: Abril 20 y 21 de 2010

Lugar: CM Auditorios, Bogotá

Horario: de 8:00 am a 5:30 pm

Valor por participante: \$780,000+IVA (Descuentos especiales para grupos de 3 o más personas de una misma empresa)

Este valor incluye:

- Participación en el seminario taller
- Material del seminario taller
- El Kit CRM Práctico, guía metodológica que contiene todas las herramientas utilizadas en el seminario taller con mucha documentación de apoyo
- Refrigerios y Almuerzos los dos días del seminario