

Diseño e Implementación de un Modelo Comercial Orientado al Cliente

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 30 H

OBJETIVOS

- Entender la importancia de contar con un Modelo Comercial que esté totalmente alineado con los Objetivos Generales y los Valores de la Empresa, para evitar incoherencias, discrepancias, conflictos en los objetivos particulares interdepartamentales, etc., que afecten negativamente a la imagen y el servicio que el cliente final recibe.
- Comprender el MODELO DE NEGOCIO de la empresa y entender la diferencia con respecto al MODELO COMERCIAL existente, ambas herramientas clave para poder diferenciarnos de nuestros competidores, para ser capaz de distinguir los elementos clave sobre los que posteriormente actuaremos para hacer evolucionar nuestro Modelo Comercial hacia un Modelo Comercial realmente orientado al cliente.
- Comprender la importancia de la Cultura de Orientación al Cliente en la empresa, como algo estructural (básico) que ha de ser diseñado conforme a la Estrategia General de la empresa y que se deriva de la Visión, Misión y Valores de la empresa.
- Entender qué es el Marketing Relacional y cuál es su importancia, para así extraer claves de cómo mejorar la forma de acompañar al cliente antes, durante y después de sus decisiones en relación a la compra.
- Identificar y comprender los conceptos clave relacionados con el VALOR DEL CLIENTE (en todas sus dimensiones), para entender su importancia dentro del Modelo Comercial.
- Comprender qué es el CRM (Customer Relationship Management), para contar la base conceptual suficiente con la que diseñar cómo ha de ser el CRM que una empresa concreta necesita, garantizando que esté alineado con su Modelo de Negocio, su Modelo Comercial y el Plan de Operaciones (general y comercial).

- Comprender las distintas fases en las que un cliente puede encontrarse con respecto a la empresa, para que ésta pueda trabajar en su captación, fidelización/retención, recuperación en caso de abandono, etc., atendiendo especialmente al análisis del riesgo (y posterior gestión) de abandono del cliente (causas que lo originan).
- Aprender a trabajar con las distintas fuentes de información que nos llevan a construir el D.A.F.O. COMERCIAL, para acabar finalmente construyendo el D.A.F.O. COMERCIAL que la empresa necesita (foto de partida).
- Aprender a trabajar con la información aportada por el D.A.F.O. COMERCIAL y aplicarle su C.A.M.E. COMERCIAL, primer paso para seguir definiendo el resto de Estrategias y Objetivos que nos permitirá desembocar en el Nuevo Modelo Comercial Orientado al Cliente que la empresa necesita/quiere.
- Aprender a construir un CUADRO DE MANDO INTEGRAL COMERCIAL relacionado con el Nuevo Modelo Comercial Orientado al Cliente diseñado, para garantizar, gracias a la monitorización permanente, que nos acercamos permanentemente a nuestros Objetivos, de forma que si detectamos desviaciones negativas podamos tomar las medidas correctivas y de reajuste necesarias.
- Identificar y comprender los mecanismos de implantación del nuevo Modelo Comercial Orientado al Cliente, a través de las distintas estrategias y dinámicas diseñadas, para garantizar que esta implantación es coherente con lo diseñado y posteriormente se es capaz de evaluar (de forma continua y permanente) si realmente se está consiguiendo la satisfacción del cliente fijada como objetivo para cumplir con los objetivos comerciales y estratégicos de la empresa.
- Comprender los distintos elementos que componen la MEJORA CONTÍNUA, para integrarlo en la empresa, no como un elemento puntual y/o coercitivo sino como un elemento motivador que lleve al conjunto de los trabajadores (desde la Dirección General hasta la base) al cumplimiento de los objetivos marcados a nivel atención al cliente/comercial.

CONTENIDOS

UD1. Alineación con Objetivos y Estrategia.

UD2. Modelo de Negocio.

UD3. Orientación al cliente.

UD4. Marketing relacional .

UD5. Valor del cliente.

UD6. CRM.

UD7. Fidelización.

UD8. DAFO comercial.

UD9. CAME comercial.

UD10. Cuadro de Mando Integral.

UD11. Implementación.

UD12. Proceso de mejora continua.