



COMM058PO | MARKETING RELACIONAL

30 horas

OBJETIVO GENERAL:

Valorar la importancia e implementar las técnicas de marketing relacional en las empresas, así como comprender las características de la gestión de las relaciones con los clientes o CRM, modelo, fases y utilizar las técnicas de marketing directo y online más actuales.

CONTENIDOS:

1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE MARKETING

- 1.1. Contexto: ámbito sectorial de la empresa.
- 1.2. Principales definiciones de marketing.
- 1.3. Desarrollo histórico del concepto.
- 1.4. Papel del marketing en la empresa.
- 1.5. Estrategia del marketing mix.
- 1.6. Análisis del entorno actual.

2. DEL MARKETING TRADICIONAL AL RELACIONAL

- 2.1. Origen y concepto de marketing relacional.
- 2.2. Objetivos del marketing relacional en la empresa.
- 2.3. Elementos del marketing relacional.
- 2.4. Características y pasos fundamentales del marketing relacional.
- 2.5. Utilización del marketing relacional en el entorno empresarial.
- 2.6. Tipos de relaciones según su origen.
- 2.7. Importancia del marketing relacional para la empresa.
- 2.8. Marketing tradicional vs marketing relacional.
- 2.9. Errores del marketing tradicional.
- 2.10. Ejemplo de marketing relacional.

3. GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES (CRM)

- 3.1. Modelo CRM.
- 3.2. Fases del proceso de un CRM.
- 3.3. Beneficios y ventajas.
- 3.4. Implementación.



3.5. ¿Está preparada tu empresa?

3.6. Errores más frecuentes.

3.7. CRM para solucionar problemas de la empresa.

4. MARKETING DIRECTO, BASE DEL MARKETING RELACIONAL

4.1. Introducción.

4.2. Origen y definiciones.

4.3. Aplicaciones y objetivos.

4.4. Elementos.

4.5. Características y ventajas.

4.6. Inconvenientes.

4.7. Instrumentos funcionales.

4.8. Herramientas estratégicas.

4.9. Correcto funcionamiento.

5. INTERNET Y LOS NUEVOS CONCEPTOS DE MARKETING

5.1. Internet como herramienta.

5.2. Marketing interactivo.

5.3. Marketing uno a uno (one to one).

5.4. Marketing digital.