

DIPLOMADO EN

Gerencia Estratégica de las Relaciones con los Clientes (G.E.R.C.)



■ OBJETIVO

Identificar y establecer los parámetros para llevar a cabo la implementación de estrategias gerenciales exitosas para lograr la conquista, retención, fidelización y potencialización de las relaciones con los clientes, configurando una serie de medidas de corto, mediano y largo plazo, que trasciendan las relaciones estrictamente comerciales y se ubiquen en aspectos que conduzcan a la creación de lazos de integración de la empresa con sus clientes.

■ DIRIGIDO A

Gerentes Generales, Gerentes Comerciales, Gerentes de Mercadeo, Gerentes de Clientes, Asesores Comerciales, Docentes y Consultores.

■ ESTRATEGIA METODOLÓGICA

- Estrategia pedagógica estructurada para adultos, o andragogía.
- Espacios altamente participativos e interactivos con uso de herramientas lúdicas.
- Personalización del diseño metodológico y generación de espacios de discusión aplicables a cada temática.
- Establecimiento de un documento resumen de los aportes que surjan durante el proceso.
- Doble beneficio: como espacio de discusión y actualización académica, y en cuanto los conocimientos son aplicables de manera inmediata en cada organización.

■ EQUIPO DE DOCENTES

- Emigdio A. Martínez L.
- Ricardo A. Bueno T.
- Darío A. Parra P.
- Nubia del Pilar Díaz
- Victoria Eugenia Ordóñez
- Jaider Bautista
- Alejandro Schnarch
- Mauricio Valdés
- Mauricio Ramírez

■ CERTIFICACIÓN OTORGADA

- Título de Diplomado expedido por la universidad y/o por el consultor.
- Certificado expedido por la firma de Consultoría como: **Relationship Manager**.

Nota:

- Para acceder al título de diplomado se debe cumplir con la asistencia y participación activa de un 80% de las sesiones programadas, es decir, 96 horas.
- Para acceder al certificado de la firma de consultoría, se debe adicionalmente, presentar los talleres de cada sesión debidamente diligenciados, ante la coordinación del proyecto académico.

Estructura de los Diplomados

- Cada diplomado está programado con una duración de 120 horas.
- Cada diplomado consta de 6 cursos, con una intensidad horaria de 20 horas.
- Cada curso consta de 5 seminarios taller, con una intensidad horaria de 4 horas.

Horario

GRUPO 1

Jueves, Viernes y Sábado
de 8.00 a.m. a 12.00 m. y de 1.00 p.m. a 6.00 p.m.

Duración:

una vez al mes (Cuatro meses).

GRUPO 2

Viernes de 5:30 p.m. a 9:30 p.m.
Sábados de 7:00 a.m. a 1:00 p.m.

Duración:

12 semanas / 10 horas semanales (Tres meses)

CURSO 1	CURSO 2	CURSO 3	CURSO 4	CURSO 5	CURSO 6
La empresa en función del cliente: la clientelización	Psicología y comportamiento del consumidor	Marketing de bases de datos y microsegmentación	Marketing relacional y procesos de fidelización de clientes	Proceso de mercadeo directo y comunicación con los clientes	Herramientas en internet para la fidelización de clientes
1.1. Seminario: La clientelización de la empresa.	2.1. Seminario: Psicología y comportamiento del consumidor.	3.1. Seminario: Conformación de las bases de datos.	4.1. Seminario: Marketing y marketing relacional.	5.1. Seminario: Importancia del mercadeo directo.	6.1. Seminario: Fidelización como estrategia.
1.2. Seminario: El área comercial como líder del proceso.	2.2. Seminario: Perfiles de consumidores y micro segmentación.	3.2. Seminario: Microsegmentación de las bases de datos.	4.2. Seminario: Conquista y retención de clientes.	5.2. Seminario: Aplicaciones de la tecnología en mercadeo.	6.2. Seminario: Website y webmarketing.
1.3. Seminario: Las áreas de gestión alineadas en función del cliente.	2.3. Seminario: Tipología de clientes.	3.3. Seminario: Marketing de bases de datos.	4.3. Seminario: Fidelización de clientes.	5.3. Seminario: Comunicaciones A.T.L. y B.T.L.	6.3. Seminario: E-mailing, chat, audio chat y video chat.
1.4. Seminario: El gerente como líder de la estrategia.	2.4. Seminario: Hábitos, decisores e influenciadores.	3.4. Seminario: Microsegmentación y micromercadeo.	4.4. Seminario: Formatos y programas de fidelización.	5.4. Seminario: Call Center y Contact Center.	6.4. Seminario: Uso comercial de las redes sociales.
1.5. Seminario Taller: Modelo de clientelización.	2.5. Seminario Taller: Construcción de perfiles de clientes.	3.5. Seminario Taller: Construcción de bases de datos.	4.5. Seminario Taller: Diseño de programas de fidelización.	5.5. Seminario Taller: Diseño de programas de mercadeo directo.	6.5. Seminario Taller: Diseño de programas de webmarketing.