

CRM (Customer Relationship Management) | 15 HORAS

OBJETIVOS:

Compreender a importância do CRM na gestão do marketing e das vendas de qualquer organização atual. Conhecer os conceitos de CRM e a sua aplicabilidade. Reconhecer a importância do CRM na estratégia de relacionamento da empresa com os seus clientes. Adaptar o CRM ao contexto da empresa e aos seus clientes. Compreender a importância das tecnologias de informação para o CRM.

CONTEÚDOS:

- Introdução ao CRM
- Definição das metas do seu CRM
- Seleção dos relacionamentos a desenvolver
- Elaboração das agendas
- Preparação para a implementação do CRM
- Execução das agendas
- Controlo, avaliação e evolução do processo de CRM

DESTINATÁRIOS:

Ativos empregados em empresas do setor privado ou da economia social (estão excluídos trabalhadores da administração pública, trabalhadores independentes e profissionais liberais), com escolaridade mínima ao nível do 6ºano (2ºciclo).

AVALIAÇÃO:

Os resultados das aprendizagens são quantitativos e obtêm-se com base na aplicação de uma escala de 0 a 20 valores.

CERTIFICAÇÃO:

Os participantes que concluíam a formação com uma assiduidade igual ou > a 90% e aproveitamento receberão um Certificado de Formação emitido através do Sistema Integrado de Informação e Gestão da Oferta Educativa e Formativa – SIGO e em conformidade com o Sistema Nacional de Qualificações (Decreto-Lei nº 396/2007)

SUBSÍDIO DE ALIMENTAÇÃO:

6€/dia por participação efetiva em horário pós-laboral igual ou superior a 3h/sessão

DATA E HORÁRIO: Início em setembro de 2023
Das 19:00 às 22:00/22:30

LOCAL: Formação online *através do ZOOM*
(1h de formação presencial no Parque das Nações;)

