



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN CRM APLICADO AL MARKETING: GESTIÓN EFICAZ DEL CLIENTE



FORMACIÓN PERMANENTE

WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el **Curso de CRM Aplicado al Marketing: Gestión Eficaz del Cliente** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar la gestión estratégica de las relaciones con clientes como ventaja competitiva en el entorno empresarial actual.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos del CRM y sus tipologías hasta la segmentación avanzada de clientes, el análisis del customer journey, la selección de plataformas tecnológicas líderes del mercado y la gestión integral de la calidad del dato. Además, profundizarás en estrategias de captación, conversión y fidelización, automatización de campañas multicanal y analítica aplicada mediante KPIs y cuadros de mando estratégicos.

Gracias a nuestra metodología online, podrás avanzar a tu ritmo mientras adquieres competencias en integración omnicanal, implementación de proyectos CRM y gestión del cambio organizacional. Al finalizar, contarás con un perfil profesional altamente cualificado para liderar estrategias centradas en el cliente, optimizar procesos comerciales y tomar decisiones basadas en datos dentro de cualquier organización.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del CRM, identificando sus tipologías y evolución histórica.
- ✓ Analizar el perfil integral del cliente, aplicando técnicas de segmentación basadas en datos.
- ✓ Comparar las principales plataformas CRM del mercado, evaluando criterios estratégicos de selección.
- ✓ Dominar la gestión de calidad del dato, asegurando el cumplimiento normativo vigente.
- ✓ Diseñar estrategias de captación y conversión, gestionando leads mediante el sistema CRM.
- ✓ Desarrollar programas de fidelización y retención, calculando el valor de vida del cliente.
- ✓ Implementar automatizaciones de marketing, definiendo métricas y cuadros de mando estratégicos.
- ✓ Planificar la implantación del CRM, integrando la estrategia omnicanal y la gestión del cambio.



1: FUNDAMENTOS DEL CRM Y SU EVOLUCIÓN EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL

- 1.1. Definición, alcance y dimensiones del Customer Relationship Management
- 1.2. Evolución histórica del CRM: del marketing transaccional al marketing relacional
- 1.3. Tipologías de CRM: operativo, analítico y colaborativo
- 1.4. El CRM como filosofía empresarial y como herramienta tecnológica
- 1.5. Beneficios estratégicos y operativos derivados de la implantación de un sistema CRM
- 1.6. Principales barreras y factores críticos de éxito en la adopción del CRM

2: EL CLIENTE COMO EJE ESTRATÉGICO: CONOCIMIENTO, SEGMENTACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR

- 2.1. El concepto de orientación al cliente en la estrategia de marketing actual
- 2.2. Fuentes de información y métodos de captura de datos del cliente
- 2.3. Construcción del perfil integral del cliente: la visión 360 grados
- 2.4. Técnicas de segmentación de clientes aplicadas al entorno CRM
- 2.5. Diseño de la propuesta de valor diferenciada por segmentos de clientes
- 2.6. El mapa de experiencia del cliente (customer journey mapping)



3: ARQUITECTURA TECNOLÓGICA Y PRINCIPALES PLATAFORMAS CRM DEL MERCADO

- 3.1. Componentes fundamentales de la arquitectura de un sistema CRM
- 3.2. Modelos de implementación: CRM en la nube frente a CRM on-premise
- 3.3. Análisis comparativo de las principales plataformas CRM del mercado
- 3.4. Criterios estratégicos para la selección de la plataforma CRM adecuada a cada organización
- 3.5. Integraciones con sistemas empresariales: ERP, herramientas de marketing y business intelligence
- 3.6. Seguridad, privacidad y cumplimiento normativo en plataformas CRM

4: GESTIÓN DE DATOS Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN EL ENTORNO CRM

- 4.1. El dato como activo estratégico en la gestión de relaciones con clientes
- 4.2. Ciclo de vida del dato en el sistema CRM: captura, almacenamiento, uso y depuración
- 4.3. Calidad de datos: dimensiones, métricas y estándares de referencia
- 4.4. Técnicas y herramientas de limpieza, deduplicación y normalización de datos
- 4.5. Gobernanza del dato: definición de políticas, responsabilidades y procedimientos
- 4.6. Migración de datos hacia un nuevo sistema CRM: planificación y buenas prácticas
- 4.7. Cumplimiento del RGPD y normativa de protección de datos en la gestión diaria del CRM



5: ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN Y CONVERSIÓN DE CLIENTES MEDIANTE CRM

- 5.1. El embudo de conversión y su gestión operativa a través del CRM
- 5.2. Generación y gestión de leads: del primer contacto a la oportunidad cualificada
- 5.3. Alineación entre los departamentos de marketing y ventas a través del CRM
- 5.4. Personalización de la comunicación comercial basada en los datos del CRM
- 5.5. Gestión de oportunidades y seguimiento del pipeline comercial en tiempo real
- 5.6. Estrategias de recuperación de leads inactivos y oportunidades comerciales perdidas

6: FIDELIZACIÓN, RETENCIÓN Y GESTIÓN DEL CICLO DE VIDA DEL CLIENTE

- 6.1. Fundamentos estratégicos de la fidelización de clientes en el contexto del CRM
- 6.2. El valor de vida del cliente (Customer Lifetime Value) como métrica estratégica
- 6.3. Diseño e implementación de programas de fidelización gestionados desde el CRM
- 6.4. Estrategias de venta cruzada y venta ascendente basadas en el análisis del comportamiento
- 6.5. Detección temprana del riesgo de abandono (churn) mediante el sistema CRM
- 6.6. Gestión de la experiencia postventa y del servicio al cliente desde el CRM



7: AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING Y DISEÑO DE FLUJOS DE TRABAJO EN EL CRM

- 7.1. Concepto y alcance del marketing automation dentro del ecosistema CRM
- 7.2. Diseño y configuración de flujos de trabajo automatizados (workflows)
- 7.3. Automatización de campañas de email marketing integradas en el CRM
- 7.4. Automatización de la comunicación multicanal: SMS, notificaciones push y chatbots
- 7.5. Gestión automatizada de tareas internas: asignaciones, recordatorios y escalados
- 7.6. Evaluación del rendimiento de las automatizaciones y procesos de optimización continua

8: ANALÍTICA CRM: MÉTRICAS, KPIS Y CUADROS DE MANDO PARA LA TOMA DE DECISIONES

- 8.1. El papel de la analítica de datos en la gestión estratégica orientada al cliente
- 8.2. Definición y selección de métricas y KPIs relevantes en el entorno CRM
- 8.3. Herramientas de reporting y visualización de datos en plataformas CRM
- 8.4. Análisis predictivo aplicado a la gestión de clientes y campañas de marketing
- 8.5. Diseño de cuadros de mando estratégicos para la dirección de marketing
- 8.6. De los datos a la acción: metodología para la toma de decisiones basada en evidencia analítica



9: INTEGRACIÓN DEL CRM CON EL ECOSISTEMA DIGITAL Y ESTRATEGIA OMNISCANAL

- 9.1. El CRM como centro neurálgico de la estrategia de marketing digital
- 9.2. Integración del CRM con el sitio web corporativo y las landing pages
- 9.3. Conexión del CRM con redes sociales: fundamentos del Social CRM
- 9.4. Integración con plataformas de publicidad digital y modelos de atribución de conversiones
- 9.5. CRM y comercio electrónico: sincronización de datos transaccionales y comportamentales
- 9.6. Diseño y ejecución de la estrategia omniscanal desde el CRM

10: IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO CRM: PLANIFICACIÓN, DESPLIEGUE Y GESTIÓN DEL CAMBIO

- 10.1. Metodología para la planificación estratégica de un proyecto de implantación CRM
- 10.2. Fases del proceso de implementación técnica de un sistema CRM
- 10.3. Gestión del cambio organizacional asociado a la implantación del CRM
- 10.4. Definición de roles, permisos de acceso y gobernanza del sistema CRM
- 10.5. Evaluación post-implementación: auditoría del uso, optimización y evolución del sistema
- 10.6. Tendencias emergentes en CRM: inteligencia artificial, CRM conversacional y Customer Data Platforms



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

