

مدیریت ارتباط با مشتری **CRM** شامل کلیه گامهایی است که یک سازمان برای ایجاد و تثبیت ارتباطات سودمند با مشتری برمی دارد و در قالب کارگروهی لازم برای حصول اطمینان از رضایت مشتری تعریف می شود. معمولاً این گونه فعالیتها تحت عنوان فروش، بازاریابی و خدمات تخصصی انجام می پذیرند. این دوره با بحث در خصوص مفاهیم، کاربردها، بازار، چالشهای پیاده سازی این سیستمها و نمایش عملی قسمتهایی از نرم افزار، مدیران را جهت استفاده از **CRM** برای حداکثر نمودن منافع مشتری، سودبخشی موسسه و منافع سهامداران آماده می نماید.

مخاطبین دوره :

- مدیران ارشد و مدیران میانی حوزه‌های مرتبط با بازاریابی و فروش محصولات و ارتباط با مشتری، مدیران **MIS** و **IT** سازمانها

روش آموزش :

کنفرانس (توضیح مفاهیم همراه با ارائه مثالهای مربوطه) ، نمایش اسلاید، نمایش نرم افزار (**Demo**)

محتوای دوره آموزشی :

- تعاریف و تاریخچه **CRM**
- مفاهیم و تئوریهای **CRM**
- فنون بازاریابی (منابع و فرصتها در بازاریابی/ پرورش تقاضا/ چرا برخی از سازمانها در ارتباط موفقند/ چگونه می توان تصویر واقعی از سازمان به مردم نشان داد)
- فنون فروش (عناصر قبل و بعد از معامله/ سطح رضایت مشتریان/ توصیه های کلیدی)
- **CRM** گذشته، حال و آینده
- ارتباط **CRM** با فعالیتهای سازمان
- بخشهای مختلف **CRM** و لزوم اجرای آن
- ابزار **CRM** / اجرای **CRM**
- پیامدهای **CRM** / نمونه های موفق **CRM**
- جایگاه **CRM** در چارچوب **IT**
- **CRM** و تکنولوژیهای نوین
- ارتباط **CRM** و **e-business**
- نگرشی بر بازار **CRM**
- مروری بر یک نرم افزار **CRM**

مدت زمان دوره: ۲ روز از تاریخ ۱۳۸۶/۳/۵ لغایت ۱۳۸۶/۳/۶

هزینه دوره: هزینه دوره معادل ۱,۲۰۰,۰۰۰ ریال بوده که شامل جزوات آموزشی، گواهینامه حضور، پذیرایی و نهار می باشد.
علاقه مندان به شرکت در دوره آموزشی، می توانند مبالغ فوق را تا تاریخ ۸۶/۲/۳ به حساب ۲۷۰/۱۷ بانک سپه شعبه نفت شمالی کد شعبه ۱۸۵۲ به نام شرکت گروه صنعتی یام آذر واریز نموده و فیش واریزی را به شماره ۶ و ۸۸۰۸۷۶۴۵ فکس نمایند.