

Gestão do Relacionamento com o Cliente

A pós-graduação em Gestão do Relacionamento com o Cliente da PUCPR oferece soluções criativas e inovadoras, que buscam captar, manter e fidelizar o cliente, por meio de modelos, ferramentas e instrumentos de gestão e interação, conforme os interesses e necessidades da instituição.

O curso de relacionamento com o cliente utiliza metodologias e recursos tecnológicos, partindo da análise das necessidades e comportamentos dos clientes obtidos nos diversos canais de atendimento e relacionamento utilizados pela empresa.

Os especialistas em Gestão de Relacionamento com o Cliente podem trabalhar como heads, gestores e profissionais que lideram temas relacionados a gestão de atendimento ou relacionamento, bem como temas similares em suas organizações.

O que é gestão de relacionamento ao cliente?

Gestão de Relacionamento com o Cliente, também conhecido como CRM (Customer Relationship Management) é uma abordagem estratégica que usa processos, ferramentas e tecnologias para gerenciar e analisar interações com clientes, visando melhorar os relacionamentos, aumentar a retenção e impulsionar vendas.

Por que Escolher a Pós-Graduação em Gestão do Relacionamento com o Cliente na PUCPR?

Ao longo de um programa estruturado e dinâmico, você explorará disciplinas essenciais como estratégia de relacionamento, comportamento do consumidor, inovação digital e gestão de projetos ágeis. Nosso corpo docente experiente e nossa abordagem prática garantem que você esteja preparado para os desafios do mercado atual, capacitando-o a:

- ? Desenvolver estratégias eficazes de fidelização e experiência do cliente;
- ? Utilizar tecnologias avançadas para analisar e otimizar interações com clientes;
- ? Implementar novos modelos de negócios e canais de vendas;
- ? Assegurar compliance e proteção de dados, fundamentais na era digital.

Se você é apaixonado por entender e aprimorar as conexões entre empresas e clientes, a Pós-Graduação em Gestão do Relacionamento com o Cliente da PUCPR é o seu próximo passo. Este curso foi desenvolvido para profissionais que buscam não apenas compreender, mas também transformar a forma como as organizações interagem com seu público. Público-Alvo Profissionais de Marketing e Vendas: Se você trabalha na área de marketing digital, vendas ou estratégia comercial, este curso irá equipá-lo com as mais recentes ferramentas e técnicas para maximizar o valor dos relacionamentos com clientes.

Gestores e Líderes de Equipe: Para aqueles que lideram equipes de atendimento ao cliente ou desejam assumir papéis estratégicos em gestão de relacionamento, este programa oferece insights valiosos e práticos.

Consultores e Analistas de CRM: Se você está envolvido na implementação e análise de sistemas de CRM (Customer Relationship Management), este curso aprofunda seu entendimento das melhores práticas e tendências atuais.

Profissionais de TI e Inovação: Para especialistas em tecnologia que desejam aplicar soluções digitais avançadas para melhorar a experiência do cliente e impulsionar resultados organizacionais.

Campus:

Toledo

Periodicidade:

Semanal

Modalidade:

EAD

Mensalidade:

R\$ 398.00

Formato:

Aula Online ao Vivo

Inscricao:

[Clique aqui](#)

Duracao:

11 meses

Disciplinas

Ética

Analisar os problemas éticos atuais, privilegiando controvérsias relacionadas às atividades profissionais. Ao final, os alunos serão capazes de tomar decisões responsáveis e sustentáveis, de acordo com princípios éticos.

Estratégia de Relacionamento, Fidelização e Experiência do Cliente

Estratégias de relacionamento para criar, manter e aprimorar o relacionamento com o cliente do varejo e do setor de serviços, aplicação das melhores práticas de gestão do relacionamento com o cliente (CRM), mapeando a jornada do cliente, utilizando as tecnologias para coletar e gerenciar as informações dos clientes possibilitando a melhoria de sua experiência e construção da fidelização.

Comportamento do Consumidor, Neurociência e Tendências

Compreensão do comportamento do consumidor do varejo e do setor de serviços, explorando as diferentes teorias e modelos de decisão de compra, investigando como o cérebro processa informações de marketing na decisão de compra. Acompanhamento das tendências e previsões de mudanças no comportamento do consumidor do varejo e serviços para maior competitividade no mercado.

Comunicação e Atendimento Multicanais

Processo de comunicação com o cliente do varejo e do setor de serviços. Técnicas de abordagem de atendimento, vendas e pós-vendas. Canais de comunicação e relacionamento com o cliente do varejo e serviços. Novas tecnologias e tendências para comunicação com clientes: chatbots e omnichannel.

Novos Canais de Vendas e Modelos de Negócio

Novos canais de vendas e compreensão de novos modelos de negócio e sua influência na estratégia empresarial. Comércio eletrônico, marketplaces, plataformas de economia colaborativa, CRM, BI, Inteligência Artificial.

Gestão de Projetos Ágeis na Gestão de Relacionamento

Conceitos básicos de gestão de projetos utilizando metodologias ágeis no planejamento, desenvolvimento, gestão e mensuração de projetos voltados ao relacionamento com o cliente do varejo e do setor de serviços, utilizando plataformas multicanais. Apresentação de ferramentas tecnológicas como Trello para gestão de projetos e ferramentas ágeis como Scrum e Kanban.

Estratégia de Marketing

Principais conceitos e técnicas utilizadas para planejar e executar estratégias de marketing. Visão sistêmica e compreensão do ambiente no qual a organização está inserida, identificando oportunidades e ameaças. Conhecer o perfil do cliente e posicionar o produto ou serviço de modo a satisfazer suas necessidades e desejos.

Inovação e Transformação Digital

Aplicações de inovação, intraempreendedorismo e transformação digital para desenvolvimento de modelos de negócio mais eficazes, eficientes e competitivos no varejo e no setor de serviços.

Compliance e Proteção de Dados Pessoais

Desafios e soluções para compliance de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) com visão

prática identificando as conexões entre os microssistemas de proteção de dados pessoais e direito do consumidor refletindo nas tratativas de relacionamento da organização com seus públicos.

Estratégia de Trade Marketing

Gestão estratégica de trade marketing utilizando canais de marketing, promoção de vendas e merchandising para melhorar a experiência do cliente do varejo. Utilização das tecnologias emergentes para potencialização do Trade Marketing.

Análise de Dados na Gestão de Relacionamento

Utilização de ferramentas tecnológicas para analisar dados de relacionamento com o cliente do varejo e serviços, transformando em informações empresariais valiosas. Avaliação de resultados da experiência do cliente pelo NPS - Net Promoter Score e outras métricas de relacionamento. Conceitos de coleta, armazenamento, mineração e análise de dados capazes de gerar insights que beneficiam o relacionamento com o cliente do varejo e do setor de serviços.

Gestão Financeira

Abordagem estratégica e operacional da gestão financeira: controle orçamentário, acompanhamento dos indicadores e resultados financeiros analisando o DRE e relatórios financeiros. Análise e métricas do orçamento de marketing.

Gestão de Produtos e Serviços

Gerenciamento estratégico de produtos e serviços, contemplando o processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços desde a geração de ideias até o lançamento do produto/serviço no mercado. Gerenciamento de portfólio. Análise do ciclo de vida do produto/serviço e elaboração de estratégias adequadas para cada fase.

Estratégia de Branding

Estratégias de criação, gestão e posicionamento de marca num contexto de mudança acelerada e constante da economia global. Os valores agregados, a visão dos clientes e a importância de uma marca forte: fidelização, renovação e posicionamento no mercado. Desafios e tendências da marca na era digital, importância das mídias digitais, o papel da tecnologia na criação de marcas, impacto da globalização, a diversidade cultural e questões éticas e sociais relacionadas à marca.

Formação de Equipes Colaborativas

Desenvolvimento de relações de apoio mútuo em todos os níveis da organização, criando um profundo senso de propósito compartilhado. Estilos de liderança, gestão de mudanças e desenvolvimento de soft skills para potencialização das competências necessárias para uma gestão inovadora no relacionamento com o cliente.

Desafio de Aplicação I: Ideação, Projeto e Execução

Planejamento, desenvolvimento e execução de um projeto para o relacionamento com o cliente, proporcionando a melhoria da experiência do mesmo, agregando valor e proporcionando maior competitividade no mercado.

Desafio de Aplicação II: Apresentação Final e Resultados

Planejamento, desenvolvimento e execução de um projeto para o relacionamento com o cliente, proporcionando a melhoria da experiência do mesmo, agregando valor e proporcionando maior competitividade no mercado.

Ética

Analisar os problemas éticos atuais, privilegiando controvérsias relacionadas às atividades profissionais. Ao final, os

alunos serão capazes de tomar decisões responsáveis e sustentáveis, de acordo com princípios éticos.