

## CRM 2010

Rentabilice su estrategia con el mínimo coste y fidelice a sus mejores clientes

> ¿Se puede garantizar el éxito del CRM sin gastar más dinero en tecnología?

¡El mejor lugar para conocer de la mano de nuestros expertos hacia dónde evolucionarán las estrategias CRM y compartir éxitos y errores!

SESION 6

Según los analistas de Gartner lección, aprendida en anteriores crisis, indica que **40% de las compañías usarán la actual caída económica como una oportunidad para generar crecimiento post-recuperación a través del uso efectivo de estrategias de CRM**

10.25  
Comienzo de la Jornada

10.30  
**Comunidades de usuarios: ¿el futuro del CRM está en la creación de comunidades online, como Facebook, Twitter y similares? Web 2.0, nuevas oportunidades de CRM**

11.00  
**La importancia de conocer bien a nuestros clientes: ¿cómo utilizar la información para ofrecer un servicio diferenciado?**

### LA EXPERIENCIA PRACTICA DE LOS SERVICIOS DE EL CORTE INGLES

- » Los nuevos comportamientos de los clientes: en busca de nuevos "fieles"
- » Necesidad de la personalización: ¿es posible captar nuevos clientes a través de un servicio diferenciado?

**Víctor Uclés**  
Responsable del Area de Marketing de Servicios  
**EL CORTE INGLES**

11.30  
**Cómo optimizar los Ciclos Comerciales con las soluciones de productividad empresarial de Microsoft**  
» Soluciones de CRM, Comunicaciones Unificadas, BI, Colaboración y Movilidad

**Maureen Manubens**  
Jefa de Producto  
**MICROSOFT DYNAMICS CRM**

12.00–12.15 **Demo**   
**Optimización de los Ciclos Comerciales con Microsoft Dynamics CRM**

**Javier Castro**  
Consultor Especialista  
**MICROSOFT DYNAMICS CRM**

12.15 Café patrocinado por



y visita a EXPO cit'2010

12.45–13.00 **Tecthour**

13.00  
**¿Es posible implantar un plan de reducción de costes y lograr mantener la satisfacción del cliente mediante CRM On Demand?**  
» ¿Se puede conseguir la mejora de resultados de empresa de todos los tipos y tamaños en un entorno de reducción de costes?

**Gema Sebastian**  
Principal Sales Consultant  
**ORACLE**

13.30  
**Claves para la revisión de la estrategia de segmentación y cómo buscar la más adecuada para las necesidades actuales. Cómo diferenciarse de la competencia**  
» Marketing Relacional como base de una mayor orientación al cliente  
» ¿Se puede cambiar del actual enfoque de marketing para adaptarlo a las nuevas necesidades de empresa?

14.00 Pausa

16.00  
**Nuevas estrategias de fidelización**  
» ¿Se puede hablar de nuevas tendencias de fidelización?  
» ¿Hemos de cambiar el enfoque hacia estrategias basadas en nuevos nichos?  
» ¿Existen "nuevas claves" de la fidelización?

16.30  
**La integración de modelos de geomarketing en los CRM**

LA EXPERIENCIA PRACTICA DE PROSEGUR

- » Cómo maximizar las oportunidades de mercado a través del geomarketing
- » Implementación de modelos de Sales Force Effectiveness
- » La segmentación ¿un proceso de revisión y mejora constante en las organizaciones?

**Emérito Martínez**  
Director de Marketing y Comunicación  
**PROSEGUR**

### 17.00 INTERACTIVE ROUNDTABLE

**El momento de parar y analizar: ¿Realmente necesita un CRM? ¿Tiene el CRM que se adapta a sus necesidades reales? Checklist**  
» ¿Qué información necesita saber de sus clientes y cuáles necesitará en un futuro?  
» La importancia de la actualización de la base de datos  
» Integración de movilidad o herramientas Call Center a la solución CRM

**Emérito Martínez**  
Director de Marketing y Comunicación  
**PROSEGUR**  
**Paloma Martínez**  
Marketing Manager  
**SONY ERICSSON**

17.45 Fin de la Sesión de CRM

### PLATINUM SPONSOR



### GOLD SPONSOR



Regístrese on line en  
[www.iir-cit.com](http://www.iir-cit.com)