مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM) ابزاری توانمند و کارا برای بازاریابی است. شما می توانید با یک سیستم CRM قدرتمند مشتریان را بر اساس اطلاعات آنان طبقه بندی کرده و استراتژی های بازاریابی را براساس راهبردهای کسب و کار خود توسعه دهید. علاوه بر آن می توانید نیازهای ویژه مشتریان را برآورده کرده و فروش را افزایش دهید.

- در این کارگاه، آرمان فاطمی مدیر سابق CRM اسنپ، با مرور تعاریف، Best Practice ها و ابزارهای مربوطه، شناخت جامعی از CRM و کارکردهای آن ارائه می دهد.

سرفصل های کارگاه:

* CRM در کسب و کار
* طراحی فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری
* باشگاه مشتریان
* جایگاه سازمانی CRM
* ابزارهای CRM
* ترندهای جدید CRM