

Desarrollo tic para la fidelización y acción comercial. Gamificación

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

Comprender las características y peculiaridades del cliente 2.0 más exigente y, a través de dicha comprensión, elaborar la estrategia de comunicación en función de las nuevas tecnologías.- Analizar cómo son los nuevos modelos comerciales en la era actual con el fin de afrontar las nuevas tendencias futuras.- Conocer desde una perspectiva global e integral el ámbito del CRM o la gestión de la relación con el cliente.- Introducir el concepto de business intelligence en el mercado empresarial, como disciplina para la toma de decisiones.- Comprender la importancia de la ubicuidad tecnológica, a través de la movilidad digital y la gamificación móvil en el entorno comercial, analizando sus beneficios, riesgos y posibilidades de aplicación práctica para mejorar la productividad del empleado, la fidelidad del cliente, la motivación y la mejora de la calidad de vida.- Analizar la importancia del soporte y el mantenimiento en los entornos TIC como sistemas de ayuda de fidelización y acción comercial, CRM, business intelligence y plataformas gamificadas.- Comprender la importancia de la aplicación de la escucha activa en las redes sociales y entornos digitales.

CONTENIDOS

Medición de los resultados de mantenimiento

Introducción

Funciones y tipos de indicadores

Indicadores de medición de resultados

Selección de los indicadores y análisis de resultados

La norma UNE 15341: indicadores clave de rendimiento del mantenimiento

Resumen

Conocimiento de las herramientas para la mejora del mantenimiento

Introducción

Selección de los componentes del equipo. Introducción a las herramientas

Las 7 herramientas de la calidad

Análisis ABC y diagrama de Pareto

Diagrama causa-efecto (Ishikawa)

Diagnóstico 4W-1H

Sistemas de ayuda a la diagnosis (SAD)

Metodología para el análisis y resolución de problemas (W V)

Las 5S

Mejora continua (ciclo PDCA)

Resumen

Conocimiento de las nuevas técnicas de gestión de mantenimiento

Introducción

- Lean manufacturing

- TPM (total productive maintenance)

- Mantenimiento basado en la fiabilidad (RCM)

Resumen

Manejo del cuadro de mando integral (CMI) de mantenimiento

Introducción

Estrategia: un elemento fundamental en la empresa

Cuadro de mando integral: definición y objetivos

CMI: metodología de trabajo y pautas de configuración

Realimentación del CMI: indicadores y seguimiento

Beneficios y riesgos del CMI

Resumen

Auditorías de la función de mantenimiento

Introducción

Auditoría de mantenimiento: objetivos y etapas

Cuestionario de auditoría

Análisis y revisión de resultados

Autodiagnóstico

Resumen

Mantenimiento en el entorno de la industria 4.0

Introducción

Personalización masiva

Big data: la eficiencia a través de la tecnología

Transformación digital aplicada al mantenimiento (internet de las cosas, robótica, analítica en la nube, realidad aumentada...)

Resumen

Búsqueda de la excelencia en mantenimiento

Introducción

Comparación de resultados

Benchmarking: intercambio de experiencias

Búsqueda del World Class Maintenance

Plan de actuación para la mejora de los resultados

Resumen