

MASTER		Master en Data Science para Finanzas	
ASIGNATURA		PLANIFICACIÓN E INTELIGENCIA COMERCIAL EN EL SECTOR FINANCIERO	
Nº de ECTS			
Nº de horas docentes		15	
Nº de horas actividades académicas dirigidas			
Profesor responsable de la asignatura		Juan Manuel Zanón	
Cuatrimestre		2º Cuatrimestre	

1.- DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA Y OBJETIVOS DE DOCENCIA:

Entender los procesos y las mentalidades que hay que tener en cuenta a la hora de construir, desarrollar y gestionar un CRM en una entidad financiera

1. Repasar los fundamentos
2. Dialogar sobre cada uno de los factores
3. Encontrar puntos de acuerdo y desacuerdo

2.- FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:

Participación y asistencia	20
Actividades académicas dirigidas	20
Prueba objetiva final	60

PROGRAMA DETALLADO

Nº de sesión	Detalle del contenido docente: temas, casos prácticos, actividades académicas dirigidas que se verán en dicha sesión,...	Lecturas recomendadas o referencias bibliográficas relativas a los conceptos-temas desarrollados en la sesión
1	Significado de cliente ¿Por qué cuesta implementar modelos de gestión de cliente? Razones y beneficios para construir un CRM	Enseñar y comentar la práctica de CRM “CRM in Real time” Barton J. Goldenberg
2	Estructura y gestión del CRM	Enseñar un caso práctico de una empresa “best in class”

3	CRM vs "Customer experience"	Revisión de videos para entender la idiosincrasia del ser humano y por lo tanto de los comportamientos "How to design a great CX" Fred Wiersema
4	¡Las dichasas Métricas!	Métricas Necesarias
5	Selección de proveedores	Definir necesidades para la implementación
6	Gestor de Campañas – Vendor 1	Caso práctico
7	Gestor de Campañas – Vendor 2	Caso práctico
8	CRM CAPTACIÓN	Elemento claves e industrialización Diferencia Personas Físicas vs Jurídicas
9	CRM ALERTAS	"Best Triggers"
10	CRM NEGOCIO	CRM Especializado Personas Físicas: *Particulares *Personal *Privada
11	CRM NEGOCIO	CRM Especializado Personas Jurídicas *Pymes *Empresas
12	Presentaciones trabajos	Presentación trabajo equipos
13	Resumen y examen	

INFORMACION ADICIONAL

Bibliografía básica	"CRM in Real time" "How to design a great CX" "Connected CRM"	Barton J. Goldenberg Fred Wiersema David S. Williams
Bibliografía Complementaria		
Actividades Complementarias	Trabajo en equipo	
Localización del profesor	639128579 – Juanmanuel.zanon@cunef.edu	