

MARKETING DE SERVIÇOS

■ ■ ■ Destinatários:

Gestores e directores de empresas de serviços que pretendam aprofundar conhecimentos nesta área.

■ ■ ■ Objectivos:

Definir o conceito de serviços e enumerar os seus objectivos

Aplicar as potencialidades dos recursos informáticos no apoio aos serviços da empresa

Reconhecer a importância da estratégia de fidelização da empresa, com objectivo de estabelecimento de uma relação de parceria com os clientes

Aplicar o potencial do mix de serviços nas suas diferentes variáveis

■ ■ ■ Conteúdo programático:

Serviços: conceitos e características

Qualidade e satisfação no serviço

Serviço pós-venda: estratégia de fidelização

Posicionamento: identificação e diferenciação de serviços

Variáveis dos Serviços: marketing mix dos serviços

■ ■ ■ Duração:

15 Horas