

CRM : optimiser sa gestion de la relation client

Développer une relation personnalisée et fluide dans un contexte omnicanal

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de produire un diagnostic sur votre politique de relation client et de la piloter plus efficacement.

PROGRAMME

Placer le client au cœur du système

- Définition de la relation client.
- Le CVM (Customer Value Management), cycle de vie du client.
- Principes et schéma du CR, panorama des éditeurs de solutions CRM.

Développer et enrichir la base de données clients

- Concevoir et développer sa base de données en BtoB et en BtoC.
- Identifier, collecter, traiter les données.
- Les points de contact avec le client.
- Le contexte juridique.

Développer et partager la connaissance clients

- Les différents niveaux d'analyse.
- La segmentation, les usages, les variables comportementales.
- Le Big Data, l'analyse prédictive, le scoring.

Mettre en place des actions opérationnelles de gestion de la relation client

- Concevoir et gérer des campagnes marketing (EMA).
- Piloter l'activité commerciale (SFA).
- Gérer les contacts clients.
- Choisir les indicateurs de performance pertinents et les tableaux de bord.

Coordonner le projet

- Définir le profil des utilisateurs : besoins et attentes.
- Constituer l'équipe projet.
- Les étapes projet et les facteurs de succès.
- Les budgets, délais, retour sur investissement (ROI).

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

INITIATION

Code : CRM1

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et maîtriser les principes fondamentaux du CRM.
- Formaliser les modes opératoires et les process client.
- Définir l'approche projet pour coordonner et piloter un projet CRM.

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables marketing, chefs de groupe / de produits, personnes en charge de la fidélisation des clients et/ou du CRM.

PLANNING

Paris

4 - 5 mars 2019

27 - 28 juin 2019

16 - 17 septembre 2019

4 - 5 novembre 2019

2 - 3 mars 2020