

Le Customer Relationship Management



Durée conseillée

2 jours soit 14 heures

Tarif selon devis



www.abisformation.fr

MARKETING

Le Customer Relationship Management (CRM) permet aux entreprises de rester attentives aux besoins de leurs clients et d'être organisées dans ce but, afin d'assurer leur croissance.

Vous découvrirez dans ce module tout ce que vous devez savoir sur le CRM et les moyens de le mettre en œuvre dans votre entreprise.

Format

Sur-mesure
Groupe de 12 stagiaires maximum

CONTENU

- Le CRM ou la gestion globalisée de la relation client
 - Les enjeux de la gestion de la relation client
 - Définition et principes du CRM
 - Gérer efficacement la relation client
- Elaboration et mise en œuvre du CRM
 - Connaître le client à l'ère du CRM
 - Déterminer la valeur client
 - Gérer le multicanal
 - Les canaux relationnels du CRM : force de vente, centre d'appel, points de vente
 - Les canaux relationnels de l'eCRM : Internet, marketing direct
 - Tourner l'entreprise vers une organisation et une culture client
 - Les composantes de l'offre CRM
- Des outils technologiques au service du CRM
 - Les bases de données au service des processus et systèmes de relation client
 - Les entrepôts de données (data warehouse)
 - Les outils de data mining
 - Les outils de gestion de campagnes
 - Les logiciels d'automatisation des ventes et du service client
 - eCRM : gestion de la relation client par le canal électronique
 - Les centres d'appels
- Réussir son CRM, suivre une méthodologie projet
 - Auditer
 - Recueillir l'information
 - Cartographier les points de contacts entre l'entreprise et le client
 - Analyser
 - Apprécier la nature de la relation client
 - Cartographier les systèmes d'information clients
 - Définir le dispositif organisationnel cible
 - Construire
 - Définir et structurer les actions

Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables :

- De comprendre le concept, le champ d'application, les outils et techniques du CRM
- D'élaborer, mettre en œuvre, suivre son CRM

Public

Responsable Marketing, Responsable commercial, Chef de produits, Responsable de CRM

Pré-requis

Maîtriser les notions fondamentales de marketing

Profil Intervenant

Formateur junior, senior ou expert

- Ayant minimum 10 ans d'expérience professionnelle
- Jusqu'à plus de 10 ans d'animation de formation
- Recrutés selon un processus de sélection normé

Pédagogie

- **Démarches** : déductive, inductive, dialectique
- **Méthodes** : démonstrative, interrogative, expositive, découverte, analogique
- **Formation-action**

Formations complémentaires

Optimiser sa base de données marketing
Le marketing direct

Nos pratiques qualité

- Personnalisation du contenu de formation possible, en fonction des objectifs du Client
- Remise d'un support pédagogique personnalisé et d'une attestation de fin de formation à chaque stagiaire

Références bibliographiques

Etudes marketing et opinion -
Fiabilité des méthodes et bonnes pratiques
Auteurs : Syntec - Etudes marketing et opinion
09/2007

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION sont concepteurs de ce contenu

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION - 27 rue de la Bienfaisance 75008 PARIS - Tél : 01 44 70 01 69 / Fax : 01 44 70 01 79
ABIS FORMATION : Sarl au capital de 10 710 € - Siret : 443 421 284 000 29 - ABIS INSTITUTION : Sarl au capital de 3 000 € - Siret : 499 850 089 000 16