

Gestion de la Relation Client



En bref

- > Langues d'enseignement: Français
- > Méthodes d'enseignement: En présence
- > Ouvert aux étudiants en échange: Oui

Présentation

Objectifs

En complément au marketing de l'offre, être capable de bâtir une stratégie MARKETING orientée client, soit

donner une vision d'ensemble des techniques de prospection, de transformation client et de fidélisation de la GRC en lien avec le parcours client

pour bâtir une stratégie marketing orientée client

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	9h
TD	Travaux Dirigés	10,5h

Pré-requis obligatoires

Connaissance des outils digitaux de trafic et d'acquisition de leads

Plan du cours

I LES FONDAMENTAUX

1. La GRC qui pour répondre aux attentes et évolution du comportement du consommateur
2. Les enjeux et défis
3. Les objectifs
4. La boîte à outils de la GRC

GERER LA RELATION CLIENT

1. 1Vision d'ensemble
2. Focus sur la prospection
3. Focus sur LA FIDELISATION, LA RETENTION ET RECONQUETE
4. Les outils de mesure

LES OUTILS

1. La collecte des données & les Base de Données
2. Le CRM

Compétences visées

- Savoir identifier et dimensionner les moyens de prospection/ fidélisation en fonction de l'analyse du marché et de l'entreprise
- Concevoir un plan de prospection et de fidélisation des objectifs quantifiés avec estimation des retours.
- Savoir modéliser un parcours client omnicanal
- Être sensibilisé à l'entretien de la base de données

Bibliographie

Gestion de la relation client 5e édition : Expérience client, performance relationnelle et hub relationnel, Pierre Volle et Frédéric Jallat

Customer Experience ReDesign ! L'expérience client (re)mise à plat de Gabriel DABI-SCHWEBEL, Valérie VAX

Infos pratiques

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux