

# 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

➤ Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux