

CRM : 3 LETTRES POUR SIMPLIFIER SA RELATION CLIENT

Contenu pédagogique

Pour le contenu détaillé, veuillez consulter le programme spécifique de l'organisme de formation en cliquant sur "télécharger" (ci-dessous colonne programme).

Typologie du besoin

Depuis l'arrivée du mail, des mobiles, le client est en contact direct avec les différents services de l'entreprise, les échanges et les canaux se sont multipliés et il est de plus en plus difficile d'avoir une vision 360° des relations internes/externes.

De plus, la connaissance client est essentielle afin de mieux cibler ses actions de e-marketing afin d'être efficace et d'apporter la meilleure information ou offre à l'instant « t » auprès de son client ou prospect. Les projets de gestion de la relation client (en anglais Consumer Relationship Management : CRM) qui correspondent à ces objectifs sont de plus en plus présents dans les organisations.

Ces projets transversaux sont complexes et demandent de connaître la méthodologie de mise en œuvre. L'objectif de cette formation est de donner les éléments nécessaires pour maîtriser les différentes étapes du projet et d'intégrer les facteurs clés de succès. Toutes les étapes seront abordées de la définition de son besoin, en passant par la rédaction d'un cahier des charges, et d'identification des solutions disponibles.

Objectifs de la formation

- Appréhender l'intérêt d'un outil numérique pour piloter ses activités commerciales ;
- Identifier et décrypter les solutions disponibles sur le marché ;
- Gérer les différentes étapes de mise en œuvre d'un CRM ;
- Impliquer les collaborateurs dans l'utilisation du CRM.

▼ OBJECTIF

Consulter la rubrique "détail de la formation"

▼ PUBLIC CONCERNÉ

Tous salariés d'entreprise et plus spécifiquement les acteurs en capacité à optimiser les activités autour de la relation client de l'entreprise

▼ PRÉREQUIS

Consulter la rubrique "détail de la formation"

▼ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

-

▼ DURÉE

Population à former

Tous salariés d'entreprise et plus spécifiquement les acteurs en capacité à optimiser les activités autour de la relation client de l'entreprise