

OBJECTIF

La C.R.M.(Customer Relationship Management ou Gestion de la Relation Client) est un outil de décision qui permet aux entreprises actuelles de mieux concentrer leur force marketing/vente sur les clients intéressants et rentables. Cette formation a pour objectif de permettre aux participants de se familiariser avec cet outil de décision de manière à effectuer par la suite le choix adéquat des outils/modules en fonction de leur activité.

PRE-REQUIS

Notions générales de marketing (souhaitable).

PUBLIC CIBLE

Responsables d'entreprises, directeurs commerciaux, indépendants (formation courte – 1 à 2 jours)
Demandeurs d'emploi (formation longue – 3 jours).

CONTENU

Définition et principes du CRM

Gérer efficacement la relation client

Elaboration et mise en oeuvre du CRM

Déterminer la valeur client

Data Mining

Outil de gestion de campagne

Méthodologie projet

Définir et structurer les actions

Mesurer les priorités

Ateliers - Questions/Réponses