

CSV002 - Initiation à la gestion de la relation client (CRM)

Présentation

Prérequis

Niveau Bac

Objectifs pédagogiques

Ce cours se propose de donner une vision concrète d'une démarche orientée client et de décrire les outils technologiques associés à la logique de canaux d'interaction multiples.

Compétences

Le cours doit permettre à l'auditeur de comprendre la politique d'intégration des technologies de l'information et la mise en place d'une démarche "CRM" dans la stratégie marketing de l'entreprise. L'auditeur devra notamment être capable de :

- Connaître les grands principes de fonctionnement des canaux de relations clients ;
- Comprendre la stratégie multi-canal d'une entreprise ;
- Comprendre l'organisation et le management d'une plate-forme commerciale ;
- Connaître les systèmes de communication et de distribution Intranet et Extranet dédiés à la gestion de la relation client ;
- Analyser le contenu d'un site Web et son utilisation comme outil de contact client.

Programme

Contenu

Un module d'initiation au commerce électronique permettant de mieux comprendre les enjeux d'Internet et du e-commerce.

Un module d'initiation à la gestion de la relation client permettant d'avoir une vision opérationnelle d'une démarche orientée gestion de la relation client.

Comprendre les enjeux de relation commerciale et du CRM.

- Les enjeux du marketing relationnel et du CRM.
 - Les techniques de fidélisation client.
 - L'utilisation analytique du CRM (base de données, datamining et data-warehouse)
- L'utilisation opérationnelle du CRM (l'optimisation des canaux d'interactions client)

Analyser une stratégie multi-canal

- L'intégration des composantes technologiques liées aux centres d'appels et au multimédia
- Le management d'une plate forme commerciale

Gérer les outils liés aux technologies avancées

- Les outils du CRM et les logiciels actuels.
- Les outils de gestion de la téléphonie et des e-mails.

Maîtriser les enjeux de l'Internet et du commerce électronique

- Présentation de l'Internet et de ses enjeux.
- L'impact du canal Internet sur la relation avec le consommateur.
- La distribution et le commerce électronique
- La communication sur l'Internet.

Comprendre le fonctionnement d'un site marchand

- L'organisation, le fonctionnement et la création d'un site web.
- La politique commerciale des sites marchands.

Connaître les pratiques marketing sur l'Internet

- La veille technologique et commerciale
- Le marketing sur l'Internet (One To One, marketing direct, CRM etc.)

Modalités de validation

- Examen final

🌟 Valide le 21-03-2019

Code : CSV002

6 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Valérie
CHARRIERE-GRILLON

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjout@cnam.fr

Description des modalités de validation

Examen écrit en fin de formation (2 heures)

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Gestion de la relation client, Eyrolles.	R. Lefebvre, G. Venturi
CRM : La gestion de la relation client, Village mondial.	S. Brown, M-C Guyon
CRM, les clés de la réussite, Editions d'Organisation.	P. Allard, P.A. Guggémos
Le marketing avancé, Ed. d'organisation.	Boyer, Burgaud