

US180T - Gestion de la relation client (GRC) / Customer Relationship Management (CRM)

Présentation

Prérequis

- Admission à la formation uniquement sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- Inscription exclusivement dans le cadre de l'obtention du titre RNCP Responsable Commercial et Marketing ou de la première année du Master Droit, économie, gestion, mention marketing vente (parcours distribution vente et marketing B2B).

Objectifs pédagogiques

Présentation:

Ces dernières années la gestion de la relation client est devenue un des facteurs clés de succès des entreprises. Les différents aspects de la relations client en font un domaine vaste et technologiquement sophistiqué. Maîtriser les concepts qui sous-tendent cette gestion est crucial dans toute carrière commerciale ou marketing.

Objectifs pédagogiques:

Cet enseignement permet de comprendre le concept de démarche orientée client, d'en donner une vision concrète et de décrire les outils technologiques associés à la logique de canaux d'interaction multiples.

Compétences

A l'issue de cet enseignement, l'élève sera capable de:

- identifier les évolutions des attentes et des comportements des clients ;
- comprendre les systèmes de relation client et leur importance dans la stratégie de développement de l'entreprise ;
- aborder l'apport des technologies numériques dans la gestion de la relation client.

Programme

Contenu

- Evolution de la vision client : du marketing de masse au marketing relationnel.
- Connaissance des clients ; bases de données et analyse de la donnée.
- Satisfaction et fidélisation des clients.
- Différents types d'outils et des technologies : leur utilisation dans la gestion de la relation client.
- Internet/numérique et la relation client : les sites marchands, les sites interactifs, les sites communautaires et les réseaux sociaux

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
CRM : Les clés de la réussite Dunod 2004	Pierre Alard, Pierre-Arnaud Guggémos et Patrick Gounelle

🌟 Valide le 19-06-2019

Code : US180T

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Jean-michel RAICOVITCH

Contact national :

Cnam - École MS -

Département MIP

1D3P40, 37-2-07, 2 rue

Conté

75003 Paris

01 40 27 25 15

Rosa Alves Suzano

rosa.alves_suzano@cnam.fr

E-marketing & e-commerce - Concepts, outils, pratiques Dunod 2014

Thomas Stenger et
Stéphane Bourliataux-
Lajoinie

Les paradoxes de la relation client dans un monde digital Pearson 2011

Eric Falque et Sarah-Jayne
Williams

Marketing Digital Pearson 2014

Henri Isaac, Pierre Volle,
Maria Mercanti Guerin

Gestion de la relation client: Total relationship management, Big data et Marketing mobile Pearson France 2014

Ed Peelen, Frédéric Jallat,
Pierre Volle