

CRM

Niveau d'étude
Bac +4

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Volume horaire
21h

Période de l'année
Année

En bref

Langue(s) d'enseignement: Français

Méthodes d'enseignement: A distance

Organisation de l'enseignement: Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation

Ouvert aux étudiants en échange: Non

Présentation

Description

Concurrence accrue, mondialisation, complexité et instabilité de l'environnement, les entreprises ont dû adapter leur stratégie et notamment leur stratégie marketing afin de rester compétitives.

Satisfaire et fidéliser sa clientèle est devenu un objectif prioritaire des entreprises. La construction, la gestion et le développement des relations avec les clients nécessitent la mise en place d'une véritable stratégie relationnelle ainsi que le développement d'outils spécifiques.

C'est précisément l'objectif de la démarche de Gestion de la Relation Client (GRC) ou Customer Relation Management (CRM). Le CRM permet de mettre le client au centre des préoccupations, notamment en développant une relation la plus personnalisée possible avec le client quel que soit le nombre de clients de l'entreprise (PME ou multinationale).

Objectifs

A l'issue de ce cours, les étudiants devront comprendre les enjeux liés à la mise en oeuvre d'une stratégie relationnelle et d'un programme CRM. Ils devront être en mesure de définir eux-mêmes en fonction d'un contexte donné, une stratégie relationnelle et une démarche CRM adaptée à une entreprise, et de définir les moyens pour les mettre en oeuvre d'un point de vue analytique et opérationnel.

Heures d'enseignement

CRM

TD

21h

Programme détaillé

Chapitre 1 : la stratégie relationnelle

Chapitre 2 : la connaissance client et le CRM analytique

Chapitre 3 : le CRM opérationnel

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville