

Gestion de la relation client (CRM: Customer Relationship Management)

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

Volume horaire
24h

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthode d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation continue, Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Apprendre à intégrer une réflexion sur le déploiement d'un outil CRM pour optimiser une relation client dans l'entreprise à travers des cours théoriques et des présentations d'études de cas travaillés en groupes.

Cas d'application d'un projet de CRM

Heures d'enseignement

Gestion de la relation client (CRM: Customer Relationship Management) - TD	TD	6h
Gestion de la relation client (CRM: Customer Relationship Management) - CM	CM	18h

Programme détaillé

- Présentation d'une définition du CRM
- Développement des points clés de la gestion de la relation client
- Cycle de vente 3 étapes : de quoi se compose chaque étapes
- Mettre le client au coeur de la relation
- Identifier la façon dont le CRM s'intègre dans le dispositif commercial
- Comprendre la nécessité de construire une stratégie avant d'imaginer des actions

Compétences visées

Savoir piloter un projet de CRM

identifier les possibilités d'un logiciel de relation client sur de petites structures.

Bibliographie

Deslandres L. (2015), Management de l'expérience client, Pearson.

Jallat F., Peelen E., Stevens E. et Volle P., Gestion de la relation client, Pearson

Infos pratiques

Lieu(x)

Niort

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>