

Gestion de la relation client et marketing digital à l'international / International customer relationship management and digital marketing

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Présentation

Description

Ce cours traite l'importance du digital CRM et emarketing pour les entreprises qui opèrent à l'international et présente les différents tactiques du e-marketing et fonctionnalités du digital CRM avec une application sur un logiciel du digital CRM

Heures d'enseignement

Gestion de la relation client et marketing - CM	CM	12h
Gestion de la relation client et marketing - APP	Situation de simulation (en face-à-face pédagogique) - TD	6h

Programme détaillé

Partie 1: fondements théoriques :

Chapitre 1 : Marketing digital : notions, stratégies et tactiques

Chapitre 2 : Contenu digital : tactiques et outils utilisés à l'international

Chapitre 3 : Digital CRM à l'international

Partie 2: Application pratique sur le logiciel Odoo CRM avec un cas d'une entreprise internationale

Compétences visées

- Comprendre le fonctionnement du e-marketing à l'international
- Maitriser les différentes outils et tactiques du e-marketing de contenu utilisables à l'international
- Gérer un processus digital CRM à l'international
- Comprendre le lien entre emarketing et digital CRM à l'international

Bibliographie

- Dave Chaffey, digital Marketing, 2019, 7ème édition, Pearson, France

- Danny Condecido, Digital CRM | Customer Relationship Management: Winning in the Age of Savvy Customers, 2019, Write Editions
- Simon Kingsnorth, Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, 2019, 2^{sd} édition, Pearson
- Stenger T., Bourliataux-Lajoie (2014), E-marketing et E-commerce – Concepts, outils, pratiques, Dunod, coll. « Management Sup », 2^e Ed.