

GRC

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

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

Présentation

Description

- Comprendre, de définir et de piloter la relation client dans les organisations.
- Les différentes conceptions de la Gestion de la relation et de la "culture client" sont exposés ainsi que les concepts clefs associés.
- Les démarches et outils du CRM analytique et du CRM opérationnel sont ensuite développés.
- Plusieurs applications et cas permettent d'apprécier les enjeux historiques et actuels de la Gestion de la relation client.

Heures d'enseignement

CM CM 15h

Programme détaillé

1. Définitions et conceptions de la GRC
2. Les concepts clés
3. CRM analytique et connaissance client
4. CRM opérationnel

- Cas et applications : Service consommateurs Nestlé France ; Montgomery Ward & Co ; Idemco
Sephora (MySephora) ; La Poste (Twitter) ; CNIL ; Mc Donald's

Bibliographie

Benavent C. (2014), Management de la relation client à l'ère digitale, in Stenger T., Bourliataux-Lajoie S., E-marketing & E-commerce – concepts, outils, pratiques, Dunod, 2e Ed., p. 39-62.

Peelen Ed., Jallat F., Stevens E., Volle P. (2018), Gestion de la relation client, 5e Ed., Pearson.

Volle P. (2014), Stratégie clients : Points de vue d'experts sur le management de la relation client, 2e Ed., Pearson.

Meyer-Waarden L. (2015) , Management de la fidélisation, Vuibert, 2e Ed.

Claeyssen Y., Deydier A., Riquet Y., (2011), Le marketing client multicanal, 3e Ed., Dunod.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

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