

Marketing direct/gestion de la relation client

Composante
Institut
universitaire
de technologie
de Poitiers-
Châtellerault-
Niort

Présentation

Description

- * Enjeux de la relation client,
- * Contenu, structure et exploitation d'une base de données (fichiers, collecte de données, scoring)
- * Mise en place d'une campagne de relation client (objectif, ciblage, outils)
- * Mesure de l'efficacité d'une campagne
- * Fidélisation de la relation client
- * Utilisation de logiciels de la relation client

Objectifs

- * Comprendre les enjeux de la relation client
- * Maîtriser les outils de la relation client
- * Maîtriser la réalisation de documents

Heures d'enseignement

Marketing direct/gestion de la relation client - CM	CM	12h
Marketing direct/gestion de la relation client - TD	TD	15h

Pré-requis nécessaires

Technologies de l'information et de la communication (UE 12 et 21)

Communication commerciale (UE 22)