

# R5.BDMRC.12 Management de la valeur client

Composante  
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

---

## Présentation

### Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Manager en faveur de la valeur client en concevant une stratégie de la relation client pour améliorer la rentabilité de l'entreprise
- Analyser les bases de données clients (éventuellement via l'utilisation d'un logiciel CRM) et faire un diagnostic afin d'élaborer des stratégies et actions

marketing adaptées aux typologies de clients et aux comportements de consommation

- Distinguer les différentes formes de fidélité, fidéliser et engager les clients dans une relation durable

Contenu :

- Segmentation et valorisation du portefeuille clients, montée en gamme
- Suivi de l'évolution du portefeuille clients
- Indicateurs de performance (Net Promoter Score, ...)
- Calcul de lifetime value (LTV), cross-selling, up-selling
- Coût d'acquisition d'un client, fidélisation

### Objectifs

- AC35.01BDMRC | Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils , processus, communication, structure organisationnelle...)
- AC35.02BDMRC | Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue
- AC35.03BDMRC | Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation
- AC35.04BDMRC | Faire évoluer les outils de la relation client

## Heures d'enseignement

TD	TD	23h
TP	TP	5h