

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

CRM : mettre en place une démarche marketing client

Objectif de la formation

- Savoir passer d'une démarche marketing produit vers une approche marketing client
- Mesurer le périmètre du CRM et d'identifier en quoi le CRM va impacter l'organisation de l'entreprise
- Présenter la méthodologie et les facteurs clés de succès qui vous permettront de mettre en oeuvre cette démarche CRM au sein de votre entreprise.

A qui s'adresse cette formation ?

Cette formation marketing s'adresse à toute personne en charge d'un projet CRM : responsables marketing / relation client, chef de projet marketing client, Responsable Expérience Client, responsable webmarketing, responsable cross canal.

Pré-requis :

Pour suivre cette formation, nous recommandons d'avoir de bonnes notions en marketing et d'avoir déjà quelques notions en matière de CRM. La formation vous apportera une démarche structurée et un apport de techniques qui vont accélérer la mise en oeuvre de vos projets CRM.

Compétences acquises à l'issue de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de définir le périmètre de son projet CRM, d'en formuler les objectifs. Il aura identifié les pré-requis pour la mise en place d'une démarche orientée clients en termes d'organisation et d'outils. Sur son propre cas d'entreprise, il aura identifié tout au long du parcours clients et sur les différents canaux, les données à collecter, qualifier et les actions à mettre en place pour optimiser le cycle de vie client.

Progression pédagogique :

Premier jour

1. DE NOUVEAUX ENJEUX DANS UN CONTEXTE DE CHANGEMENT

- Banalisation de l'offre et concurrence
- Multiplication des canaux de contacts et de vente
- Impact des nouvelles technologies
- Evolution des attentes des consommateurs
- Des enjeux d'hier aux enjeux d'aujourd'hui...

2. ORIENTATION CRM

- Définition et périmètre du CRM
 - Place du CRM dans l'organisation
 - Les outils du CRM
- ATELIER 1 : reconstituer votre propre schéma CRM actuel (canaux de collecte et de sollicitations, BDD, outils) et identifier vos axes de progrès*

3. LA BDD CLIENT PREMIER LEVIER DU CRM

- Connaître ses clients : collecte, qualification, analyse
 - Décomposer son CA en fonction de son portefeuille client
 - Calculer la valeur client
 - Les leviers de CA différents selon les clients
- ATELIER 2 : calcul de la valeur client*

Deuxième jour

4. FAIRE EVOLUER L'ORGANISATION AUTOUR DU CLIENT

- Identifier les parcours clients cross canaux
 - Intégrer tous les canaux de contacts
 - Collecter et organiser les flux de données
 - Analyser le parcours clients et l'optimiser
- ATELIER 3 : décomposition de votre propre parcours clients, identification des pistes d'optimisation en termes de facilitation de l'expérience client, de collecte et qualification de données, de sollicitations commerciales*

5. METTRE EN PLACE UN PROGRAMME RELATIONNEL MULTI CANAL

- Définir les occasions de contact
 - Construire les scénarii d'activation et de relance en fonction du parcours client
 - Mettre en place les outils de mesure
- ATELIER 4 : brainstorming sur vos occasions de contact, émergence de nouvelles idées d'action*

6. FACTEURS CLES DE SUCCES DE LA MISE EN PLACE D'UN PROJET CRM

- Définir les objectifs du projet
 - En faire un projet métier plus qu'un projet technique
 - Faire évoluer l'organisation
 - Rédiger l'expression de besoins
 - Suivre le déploiement et la mise en oeuvre
 - Former / informer / communiquer
- ATELIER 5 : rédiger votre feuille de route*

La formation sera animée par Laurence Evrard

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.