

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Objectifs

- Comprendre les fondamentaux du CRM
- Optimiser la gestion de la relation client
- Améliorer la fidélisation et la satisfaction client
- Maîtriser les outils CRM modernes
- Analyser les performances et ajuster les stratégies

Programme

- Introduction au CRM et enjeux de la relation client
- Les bases du CRM et choix d'une solution adaptée
- Gestion et exploitation des données clients
- Automatisation et personnalisation de la relation client
- 5 - CRM et stratégie omnicanale
- Pilotage et mesure de la performance CRM
- Études de cas et ateliers pratiques

Public Cible

- Responsables et directeurs
- Responsables marketing
- Responsables relation client et service client
- Chefs de projet CRM
- Entrepreneurs et dirigeants de PME

Durée : 2 jours

NB : une évaluation en amont et en aval est assurée via des outils performants