



2
Jours

La gestion de la relation client en marketing (CRM)

dans **MARKETING - MARKETING OPERATIONNEL** / Réf : **MRK-OPE-08**

Objectifs de la formation

- Intégrer les fondamentaux du marketing relationnel
- Définir la valeur client (client potentiel, nouveau client, client actif, ancien client)
- Appliquer une stratégie et des techniques du marketing relationnel pour valoriser son capital « coeur de cible »
- Concevoir une démarche et un cahier des charges CRM

Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

Jour 1 - Matin

1. Identifier les limites du marketing relationnel

- Autodiagnostic (quiz sur le niveau de connaissance des techniques du marketing relationnel)
- Qu'est-ce que le marketing relationnel
- Les limites du marketing relationnel
- Les principaux facteurs de fidélisation

2. Comprendre et mesurer le « capital client »

- Composition du portefeuille clients, segmentation (analyse, loi de Pareto, modèle B.C.G.)
- Mesure de la valeur du portefeuille (actuelle, potentielle, dans la durée)
- Critères de loyauté clients (bénéfices, avantages perçus, règle R.F.M (Récence, Fréquence, Montant), besoins (centre d'intérêt)

Jour 1 - Après-midi

3. Concevoir une stratégie relationnelle



- Les principaux axes de différenciation
- Les cibles à forte valeur pour l'entreprise
- Sélection d'actions marketing en one to one (marketing direct, vendeur, de qualification, de fidélisation)

Jour 2 - Matin

4. Appliquer le plan marketing relationnel

- Les principaux canaux relationnels (internet, marketing direct, centre d'appels, force de ventes, point de vente...)

5. Différencier la base de données du CRM

- Les principes d'une base de données
- Définition du C.R.M : les 5 préoccupations

Jour 2 - Après-midi

6. Construire une communication clients axée sur les besoins du public cible

- Les différences entre approche relationnelle et approche promotionnelle
- Contrôle et maîtrise d'une communication clients interactive et informative
- Gestion de l'insatisfaction

Pré-requis

Aucune connaissance préalable n'est requise pour suivre cette formation

Public cible

Directeur, manager commercial, responsable CRM, chargé de marketing relationnel, responsable marketing



Pédagogie

Méthodes pédagogiques

- Nos formateurs basent leur animation sur des techniques de pédagogie active, et si nécessaire sur des méthodes ludopédagogiques. Afin de renforcer l'apprentissage et d'optimiser une application pratique sur le terrain, les apprenants bénéficient d'exercices, cas concrets conçus par des professionnels de terrain, jeux de rôles, quizz, tests, adaptés au programme de formation.

Modalités d'évaluation

- Une évaluation à chaud est effectuée en fin de formation par des tests permettant de valider la compréhension et l'intégration de la thématique par les apprenants; une évaluation à froid peut être proposée quelques mois après la formation afin de valider l'appropriation des méthodes et les changements obtenus à la suite de la formation.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

