

Objectif

Poser les fondamentaux de la mise en place d'un projet de Relation Client. Faire le point sur les techniques marketing et informatique de la relation client.

Prérequis

Avoir un projet de CRM ou de site web est un plus

Destinataires

Responsable marketing, Responsable de projets marketing, Chef de produit, Chef de gamme, Responsable de SI

(20 heures)**Stage parfaitement adapté au DIF****Plan du stage**

Qu'est-ce que la Relation Client ?
Qu'est-ce que la Gestion de la Relation Client (GRC) ?
Quels sont les enjeux du CRM ?

Faire le point sur la relation client de sa société

- . Quelles sont les pratiques actuelles ?
- . Quel est le niveau de connaissance des comptes clients par les commerciaux ?
- . Quels seraient les avantages concurrentiels résidant dans la mise en place d'une GRC ?
- . Quels sont les besoins en termes d'information marketing ?
- . Quels sont les axes concurrentiels de mise en place de GRC ?
- . Quelles sont les données accessibles ?

Miser sur la Gestion de la Relation Client

- . Mettre en place le projet de Relation Client dans la Société
- . Plus qu'un projet, un savoir-faire et un savoir-être
- . Donner une importance stratégique à ce projet et communiquer

Mettre en place un projet réaliste de GRC

- . Le cahier des charges, le budget, les moyens et les techniques utilisés
- . La communication autour du projet
- . Le séquençement des phases de la mise en forme jusqu'à la réalisation du projet
- . Le rôle du chef de projet
- . L'implication des équipes commerciales et techniques dans le projet
- . Le livrable et la mise en production
- . Le suivi, les adaptations et les développements ultérieurs du projet

Miser sur les médias électroniques et l'internet

- . Information statique et/ou information dynamique. Monologue et/ou dialogue
- . Informer, analyser, comprendre pour échanger
- . Comment accéder au dialogue avec ses clients et prospects sur internet ?

Mettre en place un projet web réaliste

- . Déterminer les objets et le fonds du ou des sites.
- . Comment mettre la technique au service du message plutôt que l'inverse ?
- . Quels sont les besoins techniques ?
- . Quelle complexité technique, pour quels risques stratégiques ?
- . Comment écrire un cahier des charge cohérent ?
- . B to B ou B to C, les règles de base de l'internet
- . Les objectifs d'information et de vente sur le web
- . Les questions de design et d'ergonomie de l'interface (IHM)
- . Le référencement et le trafic : pierres d'angle de la diffusion
- . Analyse marketing et technique des visites

Assurer la synthèse et le mix des médias

- . Tenir compte des différentes techniques de GRC utilisées dans l'entreprise
- . Assurer la cohérence de fond des actions de GRC isolées
- . Créer un Plan d'Action de Relation Client (PARC) fédérateur
- . Installer des indicateurs quantitatifs et qualitatifs représentatifs
- . Contrôler et remodeler le "PARC" durant le projet et en production
- . Assurer le "feed-back" sur les résultats des ventes
- . Fournir de l'information aux équipes commerciales et de soutien
- . Contrôler les résultats des actions grâce aux indicateurs
- . Assurer la maintenance et l'évolution du système

Pédagogie

Active et participative (PPO) alternant les apports théoriques et pratiques avec une mise en commun des expériences des participants

Supports de stage

Support de stage et d'exercices

Certificat de stage

Certificat de fin de stage

Tests de certification

Aucun

Animateur

Consultant - Formateur

Approfondir ▼

Avant MKT02 -

Latéral MKT04 MKT03

Après MKT01 -

Prix HT du stage

Stage : 1 327 €

option : 63 €

Informations et**Inscriptions**

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

► Dates des sessions 2007

5 au 7 mars

4 au 6 juin

24 au 26 septembre

26 au 28 novembre

Planifiez votre évolution et celle de vos collaborateurs avec Dotshaper

Métier du Marketing et de la Communication

Dates des sessions

2007

Planifiez vos stages sur plus de 3 années

2007	2008	2009	2010
<p>► Sessions 2007</p> <p><input type="checkbox"/> 5 au 7 mars N° 506</p> <p><input type="checkbox"/> 4 au 6 juin N° 507</p> <p><input type="checkbox"/> 24 au 26 septembre N° 508</p> <p><input type="checkbox"/> 26 au 28 novembre N° 509</p>	<p>► Sessions 2008</p> <p><input type="checkbox"/> 3 au 5 mars N° 701</p> <p><input type="checkbox"/> 2 au 4 juin N° 702</p> <p><input type="checkbox"/> 22 au 24 septembre N° 703</p> <p><input type="checkbox"/> 24 au 26 novembre N° 704</p>	<p>► Sessions 2009</p> <p><input type="checkbox"/> 2 au 4 mars N° 896</p> <p><input type="checkbox"/> 2 au 4 juin N° 897</p> <p><input type="checkbox"/> 21 au 23 septembre N° 898</p> <p><input type="checkbox"/> 23 au 25 novembre N° 899</p>	<p>► Sessions 2010</p> <p><input type="checkbox"/> 1 au 3 mars N° 1091</p> <p><input type="checkbox"/> 31 mai. au 2 juin N° 1092</p> <p><input type="checkbox"/> 20 au 22 septembre N° 1093</p> <p><input type="checkbox"/> 22 au 24 novembre N° 1094</p>

Stage parfaitement adapté au DIF

Filière pour Approfondir ▼

Avant MKT02 -
Latéral MKT04 MKT03
Après MKT01 -

Réservez aujourd'hui tous vos stages, sur plusieurs années et Réalisez des économies importantes*

* Par exemple :

Vous commandez plusieurs stages qui auront lieu les années suivantes, vous ne payerez que le prix indiqué ci-contre.

Prix HT du stage

tarif valable jusqu'à fin 2007

Stage : 1 327 €

option : 63 €

Commandez tous vos stages interentreprises aux prix actuels*.

Informations et Inscriptions

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

Choisissez vos dates de session et faxez ce document au 01.76.60.66.11

Votre N° de téléphone

Société

Date

Stagiaires : Civilité, Nom, Prénom N° de session Date session

Stagiaires : Civilité, Nom, Prénom	N° de session	Date session

Nom et qualité du décideur,
Signature et tampon de votre société

* Tarifs indexés à la date de commande, applicables aux sociétés ne disposant pas de conditions de ventes particulières. Sessions réglées le 1er jour de l'année de réalisation du stage