

# Réussir son projet CRM et optimiser sa relation client

1 j (7 heures)

Ref : CRMP

## Public

Responsables services marketing et/ou commercial, responsable marketing relationnel, entrepreneurs

## Pré-requis

Aucun

## Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue  
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif  
Assistance post-formation pendant trois mois  
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

## Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur  
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires  
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage  
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires  
Attestation de fin de formation

La connaissance de vos clients est indispensable afin de mieux cibler les actions de marketing, pour être efficace et apporter la meilleure offre au moment précis. Une force de vente dynamique génère énormément de données. Ainsi, les échanges et les canaux de contact avec les clients se sont multipliés depuis l'arrivée du mail, des mobiles et des réseaux sociaux. Il est de plus en plus difficile d'avoir une vision 360° de vos clients.

La gestion de la relation client – CRM ou Customer Relationship Management en anglais -, c'est l'art d'optimiser les interactions de votre société avec vos clients et vos prospects. Les projets qui correspondent à ces objectifs sont de plus en plus présents dans les organisations.

Ces projets transversaux sont complexes et demandent de connaître la méthodologie de mise en œuvre. L'objectif de cette formation est de donner les éléments nécessaires pour maîtriser les différentes étapes du projet et d'intégrer les facteurs clés de succès. Toutes les étapes seront abordées de la définition de son besoin, en passant par la rédaction d'un cahier des charges, et d'identification des solutions disponibles.

## Objectifs

Estimer l'intérêt d'un outil CRM pour piloter vos activités commerciales  
Identifier et décrypter les principales solutions disponibles sur le marché

Réussir son projet CRM et optimiser sa relation client

Lister et gérer les différentes étapes de mise en œuvre d'un CRM

Utiliser et tirer profit d'un outil CRM

## Programme détaillé

### INTRODUCTION

---

Les enjeux de la relation client

### GESTION DE LA RELATION CLIENT

---

Concepts basiques de Marketing relationnel

La segmentation et fidélisation des clients

Collecte et analyse des informations des clients

### LES BASES DU CRM

---

Définition

Place du CRM dans l'entreprise

Principaux acteurs CRM

Les étapes clés pour la réussite d'un outil CRM

### MISE EN OEUVRE DU PROJET

---

Définir la stratégie et les objectifs

Designner le profil des utilisateurs

L'équipe projet : constituer une équipe performante

Internaliser ou externaliser : l'intérêt et les limites

Les étapes du projet

Le cahier de charges

Facteurs de succès et bonnes pratiques

### ET APRES LE PROJET... LE RUN MODE

---

L'impact sur l'organisation et la refonte de processus

Gestion du changement et de la communication pour motiver les collaborateurs

Rapports et KPIs pour mesurer

---