

SUPERVISER L'EXPÉRIENCE CLIENT VIA UN CRM_1661

2100 € HT (tarif inter) | REF : -WEB961
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Mettre en place une stratégie et une méthodologie pour gérer la présence et l'engagement de la marque ou de l'entreprise auprès de ses communautés.

PROGRAMME

Introduction au CRM et à la gestion de la relation client

- Comprendre les enjeux de la gestion de la relation client et les avantages d'un CRM.
- Connaître les différentes étapes de la gestion de la relation client via un CRM.
- Identifier les principales fonctionnalités d'un CRM pour la gestion de la relation client.

Mise en place d'un système de gestion de la relation client via un CRM

- Identifier les besoins de l'entreprise en matière de gestion de la relation client.
- Choisir le bon CRM en fonction des besoins de l'entreprise.
- Mettre en place le système de gestion de la relation client via le CRM.
- Configurer les fonctionnalités de base du CRM pour la gestion de la relation client.

Utilisation des fonctionnalités avancées d'un CRM pour la gestion de la relation client

- Utiliser les fonctionnalités de segmentation pour cibler les clients en fonction de leurs comportements et de leurs préférences.
- Utiliser les fonctionnalités de gestion des campagnes marketing pour améliorer la communication avec les clients.
- Utiliser les fonctionnalités d'analyse pour évaluer l'efficacité des campagnes marketing.

Supervision du système de gestion de la relation client via un CRM

- Identifier les KPIs (indicateurs clés de performance) pour évaluer l'efficacité du système de gestion de la relation client.
- Mettre en place un processus de supervision pour assurer la qualité de la gestion de la relation client via le CRM.
- Utiliser les fonctionnalités de reporting pour évaluer l'efficacité du système de gestion de la relation client.

Utilisation des principaux outils pour la gestion de la relation client via un CRM

- Connaître les principaux outils pour la gestion de la relation client via un CRM, tels que la gestion des tickets d'assistance client, la gestion des réseaux sociaux, etc..
- Savoir utiliser les principaux outils pour améliorer l'expérience client via le CRM.



5

JOURS

35

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la gestion de la relation client via un CRM (Customer Relationship Management) Acquérir les compétences nécessaires pour mettre en place et superviser un système de gestion de la relation client via un CRM Savoir utiliser les principales fonctionnalités d'un CRM pour améliorer l'expérience client

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chefs de projet Web Responsables de communication, responsables marketing Attachés de presse

PRÉREQUIS

Connaissance du Community management et des réseaux sociaux

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte