



2
Jours

Intégrer la relation client à sa stratégie marketing

dans **MARKETING - MARKETING OPERATIONNEL** / Réf : **MRK-OPE-02**

Objectifs de la formation

- Décrire les grands principes de fonctionnement des canaux de relations clients
- Définir la stratégie multi-canal d'une entreprise
- Gérer l'organisation et le management d'une plate-forme commerciale
- Identifier les systèmes de communication et de distribution Intranet et Extranet dédiés à la gestion de la relation client
- Analyser le contenu d'un site Web et son utilisation comme outil de contact client

Programme de la formation

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

Jour 1 - Matin

1. Identifier les enjeux de relation commerciale et du CRM

- Les enjeux du marketing relationnel et du CRM
- Les techniques de fidélisation client
- L'utilisation analytique du CRM (base de données, datamining et datawarehouse)
- L'utilisation opérationnelle du CRM (l'optimisation des canaux d'interactions client)

2. Analyser une stratégie multi-canal

- L'intégration des composantes technologiques liées aux centres d'appels et au multimédia
- Le management d'une plateforme commerciale

Jour 1 - Après-midi

3. Gérer les outils liés aux technologies avancées

SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274



LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :



- Les outils du CRM et les logiciels actuels
- Les outils de gestion de la téléphonie et des e-mails

Jour 2 - Matin

4. Déterminer les enjeux de l'Internet et du commerce électronique

- Présentation de l'Internet et de ses enjeux
- L'impact du canal Internet sur la relation avec le consommateur
- La distribution et le commerce électronique
- La communication sur l'Internet

Jour 2 - Après-midi

5. Examiner le fonctionnement d'un site marchand

- L'organisation, le fonctionnement et la création d'un site web
- La politique commerciale des sites marchands

6. Opérer des pratiques marketing sur l'Internet

- La veille technologique et commerciale
- Le marketing sur l'Internet (One To One, marketing direct, CRM etc.)

Pré-requis

Avoir des connaissances de base du Web

Public cible

Toute personne amenée à mettre en place une stratégie 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.

