



MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT

OBJECTIFS DU MODULE

Comprendre les étapes d'une démarche de management des relations clients (MRC).

Identifier les différents types de MRC et les phases associées.

Maîtriser les outils de CRM et leur application dans une stratégie MRC.

Analyser le MRC actuel, mesurer la satisfaction et identifier les forces/faiblesses.

INTRODUCTION

Ce module vise à fournir aux cadres et responsables commerciaux les compétences nécessaires pour mettre en œuvre une démarche efficace de Management de la Relation Client (MRC).

CONTENU DU MODULE

1. Concept de base et périmètre du MRC

a. La relation client : du Marketing de masse au Marketing relationnel.

b. Les différents types de MRC.

c. Les trois phases du MRC.

2. Les outils de CRM en action et la mise en œuvre d'une stratégie MRC

a. Base de données marketing et entrepôts de données.

b. E-CRM (Gestion électronique de la Relation Client).

c. Stratégie et planification de la mise en œuvre.

3. Analyse du MRC actuel

a. Les pratiques actuelles du MRC.

b. Mesure de la satisfaction à l'égard de la politique MRC des produits et services.

c. Analyse des forces et faiblesses du MRC.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthode active et participative.
Utilisation de séquences vidéo.
Exercices de simulation

DURÉE

3 jours

Contactez-Nous



05 22 23 20 50



06 62 44 55 90



WWW.HEADWAYPREP.MA



[HEADWAY.PREP.INSTITUTE](https://www.instagram.com/HEADWAY.PREP.INSTITUTE)



[HEADWAYPRAP INSTITUTE](https://www.facebook.com/HEADWAYPRAP.INSTITUTE)

Scan Me

