



FORMATION

SENSIBILISATION À L'ÉLABORATION ET L'OPTIMISATION D'UN CRM

DUREE
0,5 jour

• OBJECTIFS •

Comprendre les enjeux stratégiques d'un CRM et la notion de valeur client –
Connaître les étapes d'intégration d'un CRM

• PUBLIC •

Managers – Responsable de projets – Responsable Marketing – Responsable Data

• PROGRAMME •

Introduction

- Les enjeux d'un CRM, e-CRM et social CRM
- Déterminer la valeur client et les principaux indicateurs associés
- L'importance de l'identification du parcours client.

Comment travailler avec les différentes bases de données de l'entreprise : les étapes clés

- Collecter les données à exploiter :
 - Typologies de données & dictionnaire
 - Le rôle du marketing opérationnel
 - Les enjeux réglementaires (RGPD)
 - Comment initier un processus smart data
 - L'approche 360° du client
- Exploiter des données :
 - L'importance de la qualité – dédoublonnage & clean up
 - Segmentation & scoring
 - L'enrichissement
 - Data mining & reporting
- Les erreurs à éviter et les questions à se poser

• OUTILS PEDAGOGIQUES •

- Exposés
- Discussions – Echanges de bonnes pratiques