

Syllabus

RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

DURÉE

La formation se déroule en 2 journées (12 heures).

(Le contenu et la durée de cette session peuvent être adaptés pour la formation sur mesure en entreprise.)

PUBLIC CIBLE

Cadres qui souhaitent comprendre, évaluer, ou entreprendre une démarche CRM dans leurs entreprises.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modèle d'apprentissage en classe dirigé par un formateur, au rythme du groupe, avec activités pratiques structurées.

Approche très personnalisée et hautement interactive, les groupes sont limités à 15 participants

CERTIFICATION

Attestation de formation

AGRÉÉ PAR EMPLOI- QUÉBEC

☎ TELEPHONE :
(514) 365-8397

✉ COURRIEL:
info@solutionsandco.com

🌐 SITE INTERNET:
www.solutionsandco.com



Session Intra-entreprise

Série
"Service à la clientèle"

CRM – Gestion de la relation client

DESCRIPTION

Ce cours intitulé *CRM – Gestion de la relation client*, représente une vue globale pour le participant cherchant à faire bénéficier son entreprise de l'avantage concurrentiel que procure le CRM. Il a été élaboré dans l'optique d'une introduction générique du CRM. Ce cours n'adopte donc pas l'optique de l'implantation technique, tout comme il ne traite pas les aspects liés à la gestion de l'information.

OBJECTIFS

Permettre au participant de :

- Sensibiliser et comprendre les enjeux d'une gestion de la relation client – CRM.
- Préciser et reconnaître les étapes nécessaires à une orientation client.
- Définir et reconnaître les besoins et les attentes de la clientèle.
- Disposer d'outils pour implanter un système de "Customer Relationship Management" efficace.

CONTENU

1ère Partie

La première partie examine le concept de CRM, les besoins et le contexte qui l'ont fait naître et les aspects qui le composent. Nous allons survoler les notions de base, les avantages et les défis à une gestion de la relation client.

2ème Partie

La deuxième partie détaille les composantes d'une stratégie CRM.

Pour réussir à gérer sa relation client, l'entreprise doit :

1. Définir sa stratégie client.
2. Créer une stratégie de produit et de distribution.
3. Comprendre l'importance d'une stratégie d'infrastructure robuste et intégrée.

Définir la démarche à suivre pour réussir à gérer sa relation client et proposer des méthodes et des techniques afin que le participant dispose d'outils efficaces pour la mise en œuvre d'une stratégie CRM.

3ème Partie

La dernière partie offre une vue d'ensemble du cycle CRM ainsi qu'à les causes d'échecs et des questions plus fréquemment posées.

Concevoir son plan d'action personnel