



ADALIA
INSTITUTE
School of Business
and Management

Casablanca

formation **e-CRM**

Mettre votre client au cœur des préoccupations de l'entreprise



Formation de 2 jours



Présentiel ou classe à distance



Certifiante

Public : Responsable marketing, marketing client et marketing relationnel.
Chef de produit, chef de marché, manager commercial.

Prérequis : Aucun

Objectifs : Les objectifs de cette formation avancée en e-CRM pour cadres sont de fournir aux participants une compréhension approfondie des principes de l'e-CRM, des compétences pratiques pour gérer la relation client de manière efficace sur les canaux numériques, et de les préparer à obtenir une certification en e-CRM, renforçant ainsi leur expertise dans ce domaine essentiel pour la réussite des entreprises modernes.

S'inscrire : 1 session par mois, demander les dates en contactant
le +212 6 18 04 53 05
www.adalia.ac.ma

Frais par Participant
3 500 Dh / 325 €

Programme

Jour 1

Session 1: Introduction à l'e-CRM

- Présentation de l'e-CRM et de son importance dans le contexte actuel des affaires.
- Les avantages de l'e-CRM pour les entreprises et les clients.
- Les tendances et les enjeux actuels de l'e-CRM.

Session 2: Collecte de données et segmentation

- Méthodes de collecte de données client en ligne et hors ligne.
- Analyse des données client pour l'identification de segments.
- Création de profils clients et segmentation avancée.

Session 3: Personnalisation et ciblage

- Personnalisation des communications clients.
- Utilisation de l'automatisation pour le ciblage.
- Stratégies avancées de ciblage en fonction des segments.

Session 4: Outils e-CRM

- Présentation des outils e-CRM populaires.
- Utilisation d'un logiciel e-CRM pour la gestion des données et des campagnes.
- Intégration d'outils e-CRM avec d'autres systèmes.

Jour 2

Session 5: Gestion de la relation client multicanal

- Comprendre et gérer la relation client sur différents canaux (e-mail, réseaux sociaux, chat, etc.).
- Cohérence et continuité de la relation client sur tous les canaux.

Session 6: Mesure de la performance et optimisation

- Indicateurs clés de performance (KPI) pour l'e-CRM.
- Analyse des résultats des campagnes e-CRM.
- Méthodes d'optimisation et d'amélioration continue.

Session 7: Gestion de la confidentialité et de la sécurité des données

- Conformité aux réglementations sur la protection des données (comme le RGPD).
- Sécurité des données et protection de la vie privée des clients.

Session 8: Cas pratiques et études de cas, certification

- Analyse de cas pratiques d'e-CRM réussis.
- Exercices pratiques de planification et de mise en œuvre de stratégies e-CRM.