



Formations Spécialisés

N°1
Métiers
d'Avenir

100%
Accréditée



Certificat

Durée : 2 Jours • Lieu : Hybride

Découvrez • Pratiquez

e-CRM

Mettre votre client au cœur des
préoccupations de l'entreprise
En plein Cœur de Casablanca
adalia.ac.r

adalia.ac.ma

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.

Publics

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

Modalités

- 4 Demi-Journées
- Présentiel ou classe à distance
- Formation Certifiante

Frais

- 3.000 Dhs par Participant
 - ou 280 €

Formateur

Grégory Guéneau, PhD

- HEC Paris
- Doctorat Sorbonne
- +25 ans d'Expérience



Programme

Jour 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.

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.

Personnalisation et ciblage

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

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

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.

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.

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.

Cas pratiques et études de cas, certification

Compétences cibles

Identifier les caractéristiques du marketing relationnel on-line
Adopter une démarche customer-centric
Analyser et rationaliser le coût et la valeur de ses clients
Mesurer la gestion de la relation client avec des outils adaptés