



## Bien choisir votre CRM (Customer Relationship Management)

La relation client est plus que jamais un enjeu stratégique. Crise économique, nouveaux marchés, nouveaux concurrents, nouveaux canaux de communication, nouvelles attentes et attitudes des clients : le rythme du changement s'accélère, il faut s'adapter à un environnement imprévisible.

Dans ce contexte, les entreprises misant beaucoup sur la relation client peuvent réellement sortir du lot, en termes d'image de marque comme en termes de chiffre d'affaires.

L'objectif du CRM est de fournir à l'entreprise :

- Une vision 360° du client.
- Les fonctionnalités nécessaires pour que chaque acteur puisse exploiter et enrichir cette vision de façon simple et efficace.

Provadys vous propose une formation basée sur la théorie mais aussi la pratique afin de vous aider dans le choix de votre outil CRM.

## Définition du CRM, concepts et outils

### Les étapes clés du choix d'un CRM

- Décrire et formaliser les processus métier concernés (marketing, prospection, vente, service client + une partie de finance, production, RH...)
- Définir ses besoins (en fonction des objectifs fixés, hiérarchisation de ces besoins)
- Etablir un cahier des charges
- Etudier l'offre : panorama de différents outils du marché
- Evaluer la solution (logiciel évolutif, multicanal, compatible avec votre système d'information, possibilités de paramétrage, développements spécifiques, etc.)
- Anticiper l'inscription du CRM dans le schéma directeur SI

### La base d'un CRM efficace : l'interdépendance des éléments le composant

- Base client
- Connaissance client
- Offre produit
- Reporting
- Interactions et service client
- Campagnes marketing

### Les nouveaux enjeux des CRM

- Une relation client de plus en plus personnalisée, précise
- Le développement du Multicanal, Cross Canal

## Les challenges liés aux projets CRM

- L'acceptation de l'outil par les utilisateurs
- Le partage de l'information
- La résistance au changement
- La dépendance à la qualité des données dans le temps
- La sécurité et la visibilité des données...

### INFOS PRATIQUES

Durée : 2 j.

Tarif : 1 480 euros HT

### OBJECTIFS

Bien choisir son CRM en fonction des besoins

Les écueils à éviter

### PUBLIC CONCERNÉ

Direction Générale

DSI

Responsable Marketing

### PRÉREQUIS

Aucun

### FORMATION PROPOSÉE

Eligible au DIF

Inter-entreprise : oui

Intra-entreprise: oui

### CONTACT

contact@provadys.com

Provadys Paris : +33 (0)1 46 99 93 80

Provadys Sophia-Antipolis : +33 (0)4 93 00 87 50

Provadys Nantes : +33 (0)2 85 52 65 48