

Introduction à la Gestion de la Relation Client (GRC) (J6)

La Gestion de la Relation Client (GRC) est un pilier essentiel de toute entreprise cherchant à établir et maintenir des relations fructueuses avec ses clients. Ce module offre une introduction complète aux fondements de la GRC, la définition des objectifs, ainsi que son rôle crucial dans la planification commerciale. Nous aborderons également la sélection et l'implantation d'un logiciel de GRC, en mettant l'accent sur les critères de choix et une étude de cas concrète.

Configuration et Personnalisation du Logiciel de GRC (J7)

Configuration de base

Paramétrages initiaux du logiciel, et adaptation aux besoins spécifiques de votre entreprise.

Personnalisation avancée

Création de champs personnalisés et la définition de flux de travail spécifiques pour optimiser l'utilisation du logiciel de GRC.

Gestion des Contacts et Prospects

Collecte et organisation des données

Importance de la gestion des contacts, la collecte et l'organisation des données clients, ainsi que l'analyse des interactions avec les prospects.

Atelier pratique : nous utiliserons le logiciel pour gérer les contacts et les prospects, et analyserons des scénarios de cas concrets.

Suivi des Opportunités et des Ventes

Suivi des opportunités commerciales

Utilisation du logiciel pour suivre les opportunités de vente, attribuer des tâches liées au processus de vente, et créer et suivre une opportunité commerciale à travers le logiciel.

Gestion des Campagnes Marketing et Analyse des Performances (J8)

► Planification et suivi des campagnes - CAS PRATIQUE

- Planification de la campagne dans le logiciel correspondant
- Lancement de la campagne grâce à un plan d'actions interne
- Définition des KPI
- Stratégie de suivi de la campagne en temps réel
- Analyse des résultats grâce au logiciel
- Indicateurs de prise de décisions suite aux résultats de la campagne

Intégration avec d'autres Outils et Évolution Continue (J9)

1

Intégration avec d'autres logiciels

Interopérabilité avec d'autres outils utilisés par l'entreprise, ainsi qu'exploration des stratégies pour une intégration fluide et un plan d'évolution continue. Mise en place de processus d'amélioration continue et discuterons des mises à jour du logiciel et des nouvelles fonctionnalités.

Conclusion de la session

Mise en pratique :

Vous êtes responsable de la gestion des clients dans la nouvelle campagne marketing pour un produit alimentaire.

Créez votre base de données sur le logiciel, administrez votre communauté et créez un plan de marketing à intégrer directement dans le logiciel de gestion.

