

Fiche descriptive générique

Marketing - Relation clients / publics

**Mettre en oeuvre une démarche CRM  
(Gestion de la Relation Client) pour les  
entreprises innovantes, créatives ou  
culturelles, touristiques, collectivités ou  
d'intérêt général**

*Version au 25/01/2024*



En mode Présentiel ou Distanciel suivant les dates

*Comment dépasser les limites d'une relation simplement commerciale, promotionnelle, pour fonder un nouveau rapport, basé sur le relationnel.*

## **PUBLIC CONCERNÉ**

Toute personne directement impliquée dans l'optimisation de la relation client, dans les métiers de la communication, du marketing (administration des ventes, billetterie, relations aux publics, diffusion...) des services généraux (assistance de direction, secrétariat général...).

## **OBJECTIFS - COMPÉTENCES VISÉES**

- Enrichir sa démarche promotionnelle (marketing produit) par une démarche relationnelle (marketing client)
- Maximiser les synergies entre sa communication, sa commercialisation et son administration des ventes
- Rationaliser l'usage des canaux de contact (mails, sms, réseaux sociaux, applications...)
- Définir une stratégie client adaptée à son activité, ses moyens et ses objectifs
- Structurer et maîtriser les données clients (datas) pour limiter la charge de travail
- Maîtriser les processus organisationnels de la relation client
- Avoir une vision holistique des leviers de valorisation de ses propositions

## **PRÉREQUIS**

Aucune connaissance particulière n'est indispensable, toutefois des notions de base en marketing sont souhaitables. Formation accessible aux managers et aux collaborateurs.

## **MODALITÉS D'ADMISSION**

L'admission à cette formation est soumise à un entretien avec un.e de nos conseillers.ères formation.

## **CONTENU**

**Les enjeux de la relation client pour les produits immatériels (innovations d'usage, biens culturels ou créatifs, offre touristique, services publics, etc.)**

- Un atout essentiel à la commercialisation des produits immatériels (plus encore que pour les biens matériels)
- Une attentes des consommateurs, difficile à concevoir pour les structures (tout en respectant leurs valeurs)
- Une réponse à la multiplication des canaux de communication, de vente, de relation qui déstructurent les stratégies
- Un outil d'analyse face aux évolutions de l'environnement et des comportements

### **Définir ses besoins de vision du client**

- La fameuse « vision 360° » : nécessité ou utopie ?
- De quelles informations avons nous besoin pour agir (et compatibilité avec RGPD)
- Réconcilier des données métiers (communication, vente, RP...), éclatées et non concordantes
- Passer d'une connaissance statique (entrepôt de données) à une compréhension dynamique (cycle de vie, comportements...)
- Parler à la personne dans sa totalité (ses valeurs, ses motivations, ses processus de décisions...) et non plus seulement au client (acheteur)

### **Préparer et piloter sa stratégie CRM**

- Réaliser l'analyse de ses besoins réels et formaliser des objectifs (conquête, fidélisation, personnalisation, satisfaction)
- En faire un projet organisationnel pour ne pas rester bloqué sur l'aspect technique
- Equilibrer les apports stratégiques et les apports opérationnels
- Définir une segmentation simple et utile



- Elaborer les processus de mise en œuvre pratique et scénariser les actions
- Définir les indicateurs de performance pertinents pour chaque métier de la structure

#### **Mettre en oeuvre son projet CRM**

- Analyser la pertinence des données existantes et hiérarchiser leur utilité
- Passer d'un historique (ou volume) de données important mais non lisible à un flux de connaissances mieux maîtrisable
- Organiser le plan de collecte (outils, moyens, techniques, etc)
- Adapter le canal de communication à l'objectif et aux cibles visées
- Identifier les indicateurs réellement pertinents pour analyser les résultats
- Rendre le processus itératif pour capitaliser sur chaque action (processus d'amélioration continue).

**L'ensemble de ces points est abordé à partir des situations individuelles des participants et des moyens à leur disposition.**

### **FORMATEUR RÉFÉRENT et Direction pédagogique**

**JANIN Gilles** *Consultant expert en organisation et technologies de l'information*

Issu d'une double formation universitaire sciences physiques et communication, commence par travailler pour des agences de marketing dans les années quatre-vingt, puis s'oriente vers les Technologies de l'information dès le début des années quatre-vingt-dix. Fondateur d'une agence de marketing digital en 1995, puis associé d'un groupe précurseur de la transformation digitale, il devient expert indépendant au début des années 2000, prestataire pour des entreprises et des organisations nationales et internationales et des services de l'Etat.

Il a également été à l'initiative de la licence professionnelle "Management de la relation client Europe" à l'Université de Nantes et chargé d'enseignement de 2005 à 2009.

En dehors de ses activités professionnelles, il est fondateur ou membre de la gouvernance de plusieurs structures associatives et culturelles (organisations professionnelles, radio, patrimoine, musiques actuelles...).

Formateur ARTES depuis 2008.

La direction pédagogique est assurée par BUREAU Cyrille Directeur de l'organisme de formation.

### **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**

Cette formation alterne l'exposé participatif (apports théoriques, pédagogie interrogative) et le plan d'action personnel (exemples de bonnes pratiques mobilisables par les participants, pédagogie active-interrogative).

La pédagogie active est priorisée, par mise en situation et cas pratiques, exercices individuels, conseils personnalisés à chaque participant.

### **MOYENS ET SUPPORTS**

Les lieux de formation disposent d'un espace d'accueil et de détente dédié (description détaillée sur notre site Internet). Les salles de formation sont équipées de bureaux biplaces, de tableaux et moyens de projection à vocation pédagogique, d'accès au WiFi (à la discrétion du formateur). Les salles de formation sont fermées et sécurisées en dehors des temps de formation.

Chaque participant et formateur dispose d'un extranet individuel pendant la formation.

Les supports pédagogiques et les références bibliographiques sont fournis à chacun pendant ou après la formation, après avoir été commentés pour assurer leur bonne appropriation.

### **MODALITÉS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION**

Avant la formation, chaque participant est invité à un entretien avec un conseiller, puis à compléter un questionnaire lui permettant d'exprimer directement au formateur sa situation et ses attentes.

Le contrôle des acquis en cours de formation est réalisé à l'aide de mises en situation, d'auto-diagnostic, de travaux pratiques ou dirigés, suivant les modalités pédagogiques.



Une évaluation qualitative est réalisée en fin de formation, puis analysée par l'équipe pédagogique. Le résultat global est à la disposition du participant.

Une attestation individuelle de formation, rappelant les objectifs, est remise au participant l'ayant suivie avec assiduité.

### ORGANISATION, DURÉE ET COÛT PÉDAGOGIQUE

Effectif limité à 10 participants maximum.

Durée : 3 jours (21 heures de formation, y compris les activités pédagogiques effectuées à distance)

Tarif public : 1 750 euros nets de taxes, par participant.

Tarif spécifique : 1 095 euros, net de taxes, par participant,

destiné aux personnes physiques (indépendants, intermittents...), aux salariés d'associations et aux agents des communes de moins de 2500 habitants.

*Grâce au respect des procédures qualité en vigueur, nos formations sont éligibles à une prise en charge totale ou partielle par les dispositifs publics de financement de la formation.*

### Informations complémentaires

Cette formation a un taux de satisfaction de 84 % (taux de répondants 92 % à la date du 06/02/2024)

#### Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Nos formations sont accessibles aux personnes handicapées moteur dans la plupart de nos lieux de formation.

D'autres types de handicaps et de compensations peuvent être pris en charge sur demande. Notre organisme de formation est doté d'un référent handicap qui peut étudier avec vous les différents aménagements de votre projet de formation.

Pour tout autre renseignement : 02 40 20 35 35

