

Optimiser la relation clients Multicanal

Objectifs:

- Elaborer une stratégie de contacts pour recruter et fidéliser
- Identifier les comportements clients pour améliorer la Relation
- Tirer le meilleur parti de tous les points de contact avec le client

Durée: 2 jours

Programme

1 – Le nouveau comportement client – Impact sur la Relation

- Evolution de la relation commerciale
 - Du marketing de masse au marketing personnalisé
- Le nouveau rôle des clients et leurs attentes
- Impact des technologies et réseaux sociaux

2 – Les enjeux de la connaissance clients

- Evaluer le portefeuille clients
- Calculer la Life Time Value
 - Impacts sur la stratégie (fidélisation/recrutement/rétention)
- Avoir une vision à 360°: pourquoi
- Identifier les profils et comportements

3 – Focus sur la Donnée

- Les enjeux de la Data
- Données qualitatives vs. quantitatives
- Identifier les données utiles
- La centralisation et le CRM: point sur les outils

4 – Optimiser le parcours clients

- Cartographier le parcours clients selon tous les points de contact
- Mettre en évidence les ruptures/dysfonctionnements: pistes d'optimisation
- Utiliser la synergie multicanale selon le comportement client

5 – Mesurer le résultat des actions

- Déterminer les KPI
- Centraliser le pilotage de l'activité