

Élaborer une stratégie CRM autour de vos données client et de votre business

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Introduction au CRM

- Définition et enjeux du marketing relationnel
- Dernières tendances du CRM et stratégies payantes

2. Panorama des leviers disponibles (ON et OFF)

- Les leviers à activer selon vos objectifs
- Comment mettre en place une véritable omnicanalité CRM
- Comment réaliser des passerelles entre acquisition média x CRM
- Comment gérer sa pression commerciale, en quête d'omnicanal

Atelier : définir les KPI de sa campagne, apprivoiser le tunnel de conversion d'une campagne, comprendre les performances associées à chaque levier

3. Construire une stratégie autour de la donnée

- Appréhender les règles pour solliciter vos clients (RGPD compliant)
- Construire une segmentation client et aller plus loin grâce à l'intelligence artificielle
- Comment tirer parti de vos données pour élaborer une stratégie Data Driven ?

JOUR 2

4. Générer de l'engagement et de la préférence de marque auprès de vos clients

- Avoir une stratégie client centric
- Créer du lien avec votre client pour générer du business

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 150 euros HT

INTERVENANT

Julien HENAUULT-JAMET, Head of CRM - Europcar Mobility Group

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

Atelier : construire sa stratégie CRM autour d'un parcours client, assimiler les grandes étapes de construction d'une campagne

5. S'organiser pour mettre en œuvre sa stratégie CRM

- Outils à disposition de la réflexion à la mise en place d'une stratégie (CDP, outils de personnalisation et de marketing content, intelligence artificielle, etc)
- Automatiser !
- Contrôler l'efficacité de sa stratégie grâce aux reportings

Atelier : organisation et mise en œuvre, comment gagner en flexibilité et autonomie ?

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour définir et mettre en œuvre une stratégie CRM basée sur la data et les attentes de vos clients

COMPÉTENCES VISÉES

- Construire et mettre en œuvre une stratégie CRM répondant à vos priorités business
- Optimiser vos parcours clients et vos campagnes afin d'en améliorer leurs performances
- Gérer le quotidien de la mise en œuvre de cette stratégie

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne impliquée dans l'élaboration ou le pilotage d'une stratégie de marketing relationnel

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

EN SUR PLACE OU À DISTANCE 



Photo par charlesdeluvio sur Unsplash

CH:1 Stratégie marketing digital | EC3

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu