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

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Comprendre le CRM aujourd'hui
- Définition et enjeux du marketing relationnel
- Tendances actuelles : de la fidélisation à la personnalisation en temps réel
- Quelles stratégies CRM gagnantes aujourd'hui ?

2. Les leviers CRM online et offline
- Identifier les leviers selon ses objectifs : emailing, SMS, réseaux sociaux, print, call, etc.
- Tendre vers une vraie omnicanalité CRM
- Créer des passerelles entre acquisition média et fidélisation CRM
- Gérer sa pression commerciale de façon pertinente

Atelier : définir les KPI d'une campagne, lire un tunnel de conversion, analyser les performances par levier

3. Une stratégie pilotée par la donnée
- RGPD : bonnes pratiques pour une collecte et une activation responsables
- Créer des segmentations efficaces, intégrer l'IA pour affiner vos ciblages
- Mettre en œuvre une stratégie Data Driven : de l'analyse à l'action

JOUR 2

4. Créer de l'engagement et fidéliser intelligemment
- Mettre en place une démarche customer centric
- Générer de la préférence de marque : personnalisation, proximité, utilité

Atelier : construire une stratégie CRM autour d'un parcours client, poser les étapes clés d'une campagne

5. Organiser et piloter sa stratégie CRM
- Panorama des outils CRM : CDP, automatisation, personnalisation, IA
- L'automatisation au service de la performance et de l'efficacité opérationnelle
- Suivre et ajuster grâce aux indicateurs et reportings clés

Atelier : planifier et organiser la mise en œuvre de sa stratégie > 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

SUR PLACE OU **À DISTANCE**

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 190 euros HT

INTERVENANT

Julien HÉNAULT-JAMET, Head of Digital Marketing - Bpifrance

DATES

Consultez les dates sur **media-institute.com**

Photo par charlesdeluvio sur Unsplash

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