

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

best

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, newsletter / Substack, 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 ciblage
- 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

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 190 € HT

INTERVENANT

Julien HÉNAULT-JAMET, Head of Digital Marketing - Bpifrance

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

- 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 : routage, 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 les performances
- Gérer le quotidien de la mise en œuvre de cette stratégie

PRÉREQUIS 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



Photo de erica steeves sur Unsplash