

## Fiche récapitulative

CSV002 | Datascience au service de la gestion de la relation client ? CRM



**54.5**

Total d'heures d'enseignement



**6**

Crédits ECTS



**Date non définie**

Début des cours prévu

## Programme

Un module d'initiation à la gestion de la relation client permettant d'avoir une vision opérationnelle d'une démarche orientée gestion de la relation client.

Comprendre les enjeux de la relation commerciale et du CRM

- Les définitions du CRM
- Les différents types d'approches sectoriels ou organisationnels
- Fidélisation et prospection au sein d'une stratégie CRM
- Relation entre les objectifs business et les composantes d'une stratégie CRM
- L'impact de l'intelligence artificielle sur la relation client

Impact des données sur la relation client

- Problématiques liées à la qualité des données
- Problématiques liées à la qualité des données
- La gouvernance des données
- Les méthodes de correction des données

Initiation aux techniques de construction de la connaissance client et de segmentation

- Les différents types de segmentation, des outils et visualisations associées
- Data visualisation des données
- Outils associés

Analyser une stratégie multi-canal

- Comparatif des canaux du CRM
- Activité de centre de contact
- Les indicateurs de performance et leur mise en oeuvre dans les tableaux de bord
- Place des centres de contacts dans une prospection moderne
- Place du centre de contact dans le cadre d'une relation client multicanale

Management de la force commerciale

- Les techniques de 'Sales Force Automation' et leurs conséquences opérationnelles
- Définition d'un 'pipe' commercial et actions associées
- Calcul des KPI & plan d'action coordonné

Maîtriser les enjeux de l'Internet et du commerce électronique

- Les changements de comportements client induits par les canaux digitaux & leurs conséquences pour les entreprises
- Impact du e-commerce sur la distribution

- Construction d'un plan d'action par la définition des objectifs d'acquisition, de transformation et de fidélisation

Comprendre le fonctionnement d'un site marchand

- Construction des processus e-commerce
- Arborescence d'un site marchand
- Liens avec le CRM

Vers l'omnicanalité

- Les défis de traitement de la relation omnicanale
- Création d'un parcours client omnicanal
- Fonctionnalités plateformes DMP
- Analyse des différences concurrentielles entre différents éditeurs

L'utilisation opérationnelle du CRM

- De la stratégie CRM à l'action et ses dépendances

## Objectifs : aptitudes et compétences

Objectifs :

La gestion de la relation client est un des fondamentaux des entreprises qui veulent être centrée sur leur principale source de revenus : leurs clients. La GRC touche tant les aspects marketing que commerciaux mais également d'autres aspects back-office et d'organisation. En comprendre les rouages est important dans toute carrière quelle que soit le secteur ou la taille de l'entreprise..

Ce cours se propose de donner une vision concrète d'une démarche orientée client et de décrire les outils technologiques associés à la logique de canaux d'interaction multiples.

Compétences :

Le cours doit permettre à l'auditeur de comprendre la politique d'intégration des technologies de l'information et la mise en place d'une démarche "CRM" dans la stratégie marketing de l'entreprise. L'auditeur devra notamment être capable de :

- Connaître les grands principes de fonctionnement des canaux de relations clients ;
- Comprendre la stratégie multi-canal d'une entreprise ;
- Comprendre l'organisation et le management d'une plate-forme commerciale ;
- Connaître les systèmes de communication et de distribution Intranet et Extranet dédiés à la gestion de la relation client ;
- Analyser le contenu d'un site Web et son utilisation comme outil de contact client.
- Savoir utiliser l'I.A. à des points clés du parcours client.

## Prérequis

Niveau Bac

## Délais d'accès

Le délai d'accès à la formation correspond à la durée entre votre inscription et la date du premier cours de votre formation.

- UE du 1er semestre et UE annuelle : inscription entre mai et octobre
- UE du 2e semestre : inscription de mai jusqu'à mi-mars

Exemple : Je m'inscris le 21 juin à FPG003 (Projet personnel et professionnel : auto-orientation pédagogique). Le premier cours a lieu le 21 octobre. Le délai d'accès est donc de 4 mois.

## Planning

Légende:

 Cours en présentiel

 Cours 100% à distance

 Mixte: cours en présentiel et à distance

| Modalités                                                                         | Lieux    | Disponibilités | Prochaines sessions * | Tarif indicatif |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|-----------------------|-----------------|
|  | En ligne | Semestre 1     | Prévue en 2025-2026   | De 0 à 1.090 €  |
|  | En ligne | Semestre 2     | Prévue en 2025-2026   | De 0 à 1.090 €  |
|  | En ligne | Semestre 1     | Prévue en 2026-2027   | De 0 à 1.090 €  |
|  | En ligne | Semestre 2     | Prévue en 2026-2027   | De 0 à 1.090 €  |
|  | En ligne | Semestre 1     | Prévue en 2027-2028   | De 0 à 1.090 €  |
|  | En ligne | Semestre 2     | Prévue en 2027-2028   | De 0 à 1.090 €  |

\*Selon les UE, il est possible de s'inscrire après le début des cours. Votre demande sera étudiée pour finaliser votre inscription.

## Modalités

### Modalités pédagogiques :

Pédagogie qui combine apports académiques, études de cas basées sur des pratiques professionnelles et expérience des élèves. Équipe pédagogique constituée pour partie de professionnels. Un espace numérique de formation (ENF) est utilisé tout au long du cursus.

### Modalités de validation :

Évaluation(s) individuelle(s) ou collective(s) sur des cas réels d'entreprise. Le mode et le calendrier de l'évaluation sont annoncés par l'enseignant en début de formation

Pour valider cette UE, vous devez obtenir une note minimale de 10/20

## Tarif

|                                          |                               |
|------------------------------------------|-------------------------------|
| Mon employeur finance                    | 1.090 €                       |
| Pôle Emploi finance                      | 545 €                         |
| Je finance avec le co-financement Région | Salarié : 156 €               |
| Je finance avec le co-financement Région | Demandeur d'emploi : 124,80 € |

Plusieurs dispositifs de financement sont possibles en fonction de votre statut et peuvent financer jusqu'à 100% de votre formation.

Salarié : Faites financer votre formation par votre employeur

Demandeur d'emploi : Faites financer votre formation par Pôle emploi

Votre formation est éligible au CPF ? Financez-la avec votre CPF

Si aucun dispositif de financement ne peut être mobilisé, nous proposons à l'élève une prise en charge partielle de la Région Nouvelle-Aquitaine avec un reste à charge. Ce reste à charge correspond au tarif réduit et est à destination des salariés ou demandeurs d'emploi.

Pour plus de renseignements, consultez la page Financer mon projet formation [open\\_in\\_new](#) ou contactez nos conseillers pour vous accompagner pas à pas dans vos démarches.

## Passerelles : lien entre certifications

- LG036C86 - Bloc Commerce : Mise en oeuvre de méthodes en marketing/vente

- LG03606A - Licence 3 Commerce, vente et marketing
- CC11000A - Certificat de compétence E-marketing et e-commerce

## Avis des auditeurs

Les dernières réponses à l'enquête d'appréciation de cet enseignement :

↓ Fiche synthétique au format PDF

## Taux de réussite

Les dernières informations concernant le taux de réussite des unités d'enseignement composant les diplômes

↓ Taux de réussite