



RESEAUX SOCIAUX | ELABORER SA STRATÉGIE GESTION DE LA RELATION CLIENT

OBJECTIFS | Comprendre les enjeux stratégiques de la GRC et les adapter aux spécificités de la structure.

- Adapter les méthodes et outils de gestion de la Relation client à toutes les étapes.
- Être efficace pour attirer, s'adapter et fidéliser son client en vue d'une satisfaction optimale

PROGRAMME

Se lancer dans une stratégie de gestion relation client :

- Définir ses objectifs (avant pendant et après)
- Définir sa ligne éditoriale
- Définir son organisation interne : qui fait quoi, dans quels services, avec quels moyens humains et financiers...
- Connaître les nouveaux comportements de la clientèle en termes d'attentes, de comportements, d'outils de communication

La gestion relation client en actions :

- Identifier les points de contacts
 - Comment récolter intelligemment un fichier client de qualité en respectant les (RGPD)
 - Qu'est ce que le marketing automation ?
- #### Déterminer les actions marketing qui seront réalisées avant, pendant et après séjour
- Attirer les clients
 - Convertir les leads en clients
 - Personnaliser le contact
 - Fidéliser, faire en sorte que le client devienne ambassadeur

PRÉ-REQUIS | Conditions de réussite

- Avoir les bases de l'outil informatique
- S'impliquer lors de la formation
- Être en mesure de mettre en pratique les techniques présentées lors de la formation

INTERVENANT |

- La formation est assurée par une Community Manager et E-commerçante.

MODALITÉS D'ÉVALUATION |

- Évaluation par le formateur : mise en situation et reformulation
- Évaluation par le stagiaire : questionnaire d'évaluation
- Évaluation par le dirigeant : entretien post-formation

MODALITÉS | *

- Durée : 14 heures sur 2 jours
- 1 à 8 personnes maximum
- Modalités pédagogiques : échanges/discussions et mise en situation
- Rôle du formateur : apport théorique et évaluations des acquis
- Matériel utilisé : diaporama, ordinateur, internet
- Documents remis aux participants : contenu du cours et documents techniques
- Participation à des mises en situations et échanges

* CONTENU | Le contenu et l'organisation de la formation seront adaptés à la demande et aux spécificités du client.