

Ressource R5.BDMRC.12 : Management de la valeur client

Parcours : BDMRC **Heures :** 21 heures dont 6 heures de TP

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Manager en faveur de la valeur client en concevant une stratégie de la relation client pour améliorer la rentabilité de

l'entreprise

- Analyser les bases de données clients (éventuellement via l'utilisation d'un logiciel CRM) et faire un diagnostic afin d'éla-

borer des stratégies et actions marketing adaptées aux typologies de clients et aux comportements de consommation

- Distinguer les différentes formes de fidélité, fidéliser et engager les clients dans une relation durable

Mots clés : Portefeuille client – CRM – segmentation – scoring – fidélisation – typologie client

Contenu Pédagogique

- Segmentation et valorisation du portefeuille clients, montée en gamme
- Suivi de l'évolution du portefeuille clients
- Indicateurs de performance (Net Promoter Score, ...)
- Calcul de lifetime value (LTV), cross-selling, up-selling
- Coût d'acquisition d'un client, fidélisation

Prérequis :

- R5.BDMRC.10 | Ressources et culture numériques appliquées au business développement et au management de la

relation client

Compétences Ciblées

Manager la relation client

Apprentissages Critiques Liés

- AC35.03BDMRC
- AC35.04BDMRC
- AC35.02BDMRC
- AC35.01BDMRC

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Vianney M'BOUMBA

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directeur des études BUT 3 – riva-vianney.m-boumba@univ-lehavre.fr