

Ressource R3.BDMRC.16 : Fondamentaux de la relation client

Parcours : BDMRC **Heures :** 13 heures

Descriptif

Identifier les enjeux de la relation client et développer la culture client parmi les collaborateurs :

- Adopter l'orientation client, identifier les attentes relationnelles des clients
- Écouter la voix du client sur les différents canaux de contact en surveillant les principaux indicateurs de la relation client

(satisfaction, fidélisation, NPS, etc.)

- Présenter et situer le rôle d'un logiciel de gestion de la relation client (CRM)
- Identifier les informations pertinentes et exploitables dans l'objectif d'accumuler de la « connaissance client »

Mots clés : Satisfaction – fidélisation – GRC – connaissance client

Contenu Pédagogique

- Culture client
- Indicateurs de la relation client
- Logiciel CRM : présentation, rôle

Compétences Ciblées

Manager la relation client

Apprentissages Critiques Liés

- AC23.04
- AC21.04
- AC22.04
- AC24.01BDMRC
- AC25.02BDMRC
- AC22.06
- AC21.03
- AC23.01
- AC22.05
- AC23.02
- AC22.01
- AC22.02
- AC25.01BDMRC
- AC22.03
- AC21.02

- AC24.04BDMRC
- AC23.03
- AC25.04BDMRC
- AC24.03BDMRC
- AC24.02BDMRC
- AC21.01

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Sylvie LEBER

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

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr