

BTS NDRC - BLOC 2 Digitalisation (E5)

BLOC 2 : RELATION CLIENT À DISTANCE ET DIGITALISATION (E5)

Ce bloc couvre le webmarketing, la gestion de contenus digitaux, l'e-commerce et les outils CRM.

GESTION DE LA RELATION CLIENT (GRC/CRM)

CRM (Customer Relationship Management) : ensemble des outils et techniques informatiques pour capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et prospects.

- Outil de base : BDD clients/prospects
- Technique clé : Marketing automation

Marketing Automation

Permet de personnaliser et automatiser les actions commerciales (envoi d'e-mails personnalisés) en fonction du comportement de l'internaute sur le site e-commerce.

STRATÉGIES MARKETING DIGITAL

Inbound Marketing (Pull Marketing)

Marketing entrant : le prospect vient à l'entreprise. Stratégie à long terme basée sur le contenu de qualité.

Outbound Marketing (Push Marketing)

Marketing sortant : l'entreprise va vers le prospect. Prospection ciblée par phoning, e-mailing, ou événements en présentiel.

Le Pipe Commercial (Tunnel de vente)

Outil stratégique pour visualiser les opportunités de vente et évaluer le potentiel CA. Regroupe les étapes du processus de vente de la prise de contact à la conclusion.

RÉFÉRENCEMENT WEB

SEO (Search Engine Optimization)

Référencement naturel - ensemble des techniques pour améliorer la position d'un site sur les SERP (pages de résultats des moteurs de recherche).

SEA (Search Engine Advertising)

Référencement payant - Google Ads, annonces sur moteur de recherche et YouTube.

RELATION CLIENT OMNICANALE

Intégration de tous les canaux de contact client pour une expérience fluide.

- NPS (Net Promoter Score) : mesure de l'expérience client
- Parcours client : cartographie des points de contact

PESO MODEL (Communication digitale)

- P - Paid : Médias payants (publicités)
- E - Earned : Médias gagnés (RP, bouche-à-oreille)
- S - Shared : Médias partagés (réseaux sociaux)
- O - Owned : Médias propriétaires (site web, blog)

MANAGEMENT D'ÉQUIPE DE TÉLÉACTEURS

Encadrement

- Organisation et répartition du travail
- Animation quotidienne et motivation

Évaluation

- Indicateurs de performance (KPIs)
- Suivi des objectifs et entretiens individuels

E-COMMERCE

Optimisation du taux de conversion

- Analyse du tunnel de conversion
- Réduction de l'abandon de panier
- Automatisation des relances
- Diagnostic de l'activité d'un site e-commerce