



Fondamentaux de la relation client



Niveau d'étude
BAC +2



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

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 >
-

Objectifs

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

Heures d'enseignement

TD

Travaux Dirigés

22h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			4		