

# Formation Entreprise numérique et la relation client

## Objectifs de la formation Entreprise Numérique & Relation Client

Aujourd'hui, de plus en plus de sociétés virtuelles également appelées Entreprises Numériques émergent sur le marché. Mais comment abordent-elles la relation clientèle ?

Concrètement, vous acquerez au cours de ce cours de deux jours les connaissances et compétences nécessaires pour :

- Comprendre et expliquer l'impact du numérique sur sa relation client
- Appréhender les nouvelles disciplines et le "jargon" associé
- Définir et mettre en place ses actions de relation client s'appuyant sur le numérique.

## À qui s'adresse cette formation ?

### Public :

Toute personne souhaitant approfondir sa connaissance sur la relation client numérique, peut suivre ce stage.

### Prérequis :

Aucun

# Contenu du cours **Entreprise Numérique & Relation Client**

## **Les concepts, services et vocabulaire de la relation client numérique**

Nouveaux usages et nouvelles sémantiques

Le User-Generated Content, le Do-It-Yourself ou comment développer l'auto-suffisante.

La co-création de masse : crowdsourcing, crowdfunding, crowdshipping

L'économie du partage et de la mutualisation des ressources

Evolution des réseaux sociaux, vers un internet social et sociétal

SoMoClo : les usages de demain, les profils ATAWAD

## **Le positionnement du client**

La place de l'individu dans la communauté

Passage du mode lecture au mode « lire et écrire », partage des données

Les familles d'utilisateurs : Numérique

Utilisation de l'intelligence collective

## **Les profils des devices des utilisateurs**

Les modèles d'interfaces, poste client : client passif, lourd, léger, riche et zéro

Les applications mobiles et les sites mobiles

Positionnement des smartphones, tablettes et Portable

L'internet des objets

## **La gestion des données et applications**

Le positionnement du Cloud (Pass - IaaS) et des applications en SaaS

Le Bigdata et open data, La démarche In-memory

Evolution des réseaux : WAN, MAN, LAN, PAN, BAN.

La montée en puissance des réseaux mobiles de la 4G vers la 5G

## **Les canaux numériques de la relation Client**

Forum, click to ch@ts, salons virtuels, assistance virtuelle, web call back

La gestion des réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Viadeo etc.)

Les applications de communication : Blog, RSS, Wiki, Twitter, Snapchat etc.

Les modes de recherche et d'indexation, le web sémantique

Positionnement des outils collaboratif et du patrimoine informationnel

## **E-réputation**

Les sources d'influence, l'avènement du consommateur acteur, les impacts sur la marque.

La structuration de la veille pour la relation partenariale

Ajuster sa stratégie de communication avec les différents acteurs internes et externes.

Gérer au plus près la communication interne : prises de position, relais managérial...

## **La mutation organisationnelle**

Le RSE : le réseau social d'entreprise ou RCE : le réseau collaboratif d'entreprise

Manager des équipes éclatées, des temps et des rythmes dissociés, des cultures internet différentes.

Les champs d'application de la digitalisation, les métiers concernés.

Les grandes phases : stratégie, juridique, organisation, technologie.

Accompagnement du changement et acquisition des compétences.

Formation / appropriation distante e-learning, rapid learning, screen casting, serious game

Les facteurs de succès et freins d'un projet numérique,

Le positionnement du droit et propriété intellectuelle, les BYOD (Bring Your Own Device)

Protection et confidentialité des données au sein d'un réseau social d'entreprise