

Formation CRM : Réussir un projet CRM

Objectifs de la formation CRM

Les avantages liés à la mise en place d'un CRM performant sont tels que de nombreuses entreprises franchissent actuellement le pas. Mais si les gains en termes de productivité, d'efficacité marketing et commerciale voire même en termes d'amélioration du service clients sont évidents, la conduite d'un projet CRM l'est elle beaucoup moins. Comment obtenir l'adhésion des utilisateurs ? Comment s'assurer de proposer un outil en phase avec la stratégie de l'entreprise ? Quels sont les pièges à éviter ? Quelles bonnes pratiques respecter ? Cette formation apporte les réponses à ces questions essentielles.

Concrètement, à l'issue de cette formation CRM, vous serez capable de :

- Identifier les bénéfices à attendre de la mise en oeuvre d'un CRM
- Comprendre les impacts d'un tel projet sur l'organisation et sur les équipes pour savoir les intégrer en amont d'un projet
- Découvrir les facteurs clés du succès d'un projet CRM et identifier les pièges à contourner
- Disposer d'une méthodologie spécifique à la conduite de projet CRM

À qui s'adresse cette formation ?

Public :

Cette formation CRM s'adresse à toute personne impliquée dans les processus de vente d'une entreprise ou dans les échanges avec les clients (processus de vente, SAV, Marketing, ...) ainsi qu'aux consultants ou chefs de projet fonctionnels.

Prérequis :

Aucun

Contenu du cours CRM

Les apports d'un projet CRM dans l'entreprise

La définition d'une démarche de relation Client : les 5 étapes de la démarche d'une relation Client ; Les retours d'expérience Le référentiel Client : partage et centralisation de l'information La connaissance Client : historisation, partage, centralisation et personnalisation des échanges La valorisation Client Pilotage commercial : suivi des forces de vente, raccourcissement des cycles de vente Le service Client : amélioration du service Client, de la réactivité et de la qualité Pilotage Marketing : automatisation de la communication Reporting et analyse de la donnée : suivi du pipeline des ventes, de la qualité du service Client

Les enjeux d'un projet CRM

Les impacts stratégiques : intégration du projet CRM dans la stratégie de l'entreprise L'accompagnement au changement : intégration du projet CRM à la culture Les impacts techniques : intégration du projet CRM au système d'information Identification des usages ; définition des objectifs : conquête ou acquisition de nouveaux clients, fidélisation, amélioration du service, amélioration de la communication (Marketing)

Les points clés pour réussir

Garantir l'intégration du projet dans la stratégie de l'entreprise : sponsoring au bon niveau Organisation et équipe projet interne : motivation et ressources Garantir le périmètre au projet : fixer les bonnes limites pour un plan d'action réalisable Garantir la cible : qui est concerné, pour quels objectifs Garantir le besoin : identifier et formaliser clairement (et le plus précisément possible) les besoins Garantir le budget : définir les coûts et les retours attendus. Définir les critères mesurables de retour sur investissement Ne pas manquer l'inventaire des données cruciales Prendre en compte les interfaces avec le système d'information : flux de données entrants et/ou sortants Impliquer les utilisateurs Garantir la formation ciblée des utilisateurs : formations techniques, formation des utilisateurs "finaux" Garantir le retour au sponsoring : l'importance du reporting L'importance de la relation avec le partenaire intégrateur

Garantir la vie du CRM : Une fois le projet fini, ça ne fait que commencer !

Les erreurs à éviter

Imposer un logiciel CRM par la force : l'importance de la communication, de l'accompagnement au changement, de la formation
Absence de sponsoring adéquat
Absence d'équipe projet ou de pilote interne
Les impacts d'une mauvaise vision budgétaire : évaluation du coût total de possession et du retour sur investissement
La vision monolithique du CRM : ajouter le CRM au système d'information au lieu de l'intégrer
La vision monolithique du projet CRM : l'importance d'un fractionnement du projet par petites étapes
Ignorer les utilisateurs et leurs demandes
Ne pas faire appel à un prestataire spécialisé

Méthodologies d'un projet CRM

Vue d'ensemble
Types d'implémentation (rapide, globale, mise à jour, ...)
Démarche projet générique : Cadrage => Analyse métier => Ateliers => Spécifications => Paramétrages et développements => recette => Formation
Démarche "Agile" : approche itérative
La spécificité des reprises de données
Enjeux et scénarii (nature des données à reprendre, problèmes liés au dédoublement, à la qualité des données)
Exemples / retours d'expérience