

Customer management

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Les principaux enjeux du management de la relation / de l'expérience client
- L'élaboration d'une stratégie client
- La mise en oeuvre de plans d'action pour gérer les clients
- Le pilotage des investissements relationnels

- Structuré autour du concept de stratégie clients, le cours se donne pour objectif général de sensibiliser les étudiants à la place que doit occuper le client dans la stratégie de l'entreprise. Plus précisément, à l'issue du cours, les étudiants sont en mesure de formuler une stratégie clients, d'élaborer des plans d'action pertinents pour traduire la stratégie clients et de piloter la performance des investissements relationnels.

Compétence à acquérir :

- Porter un jugement sur la maturité d'une organisation en matière de stratégie client
- Formuler des recommandations cohérentes et pertinentes pour gérer la relation et manager l'expérience client
- Décliner une stratégie client en plans d'actions
- Elaborer un tableau de bord pour suivre la performance des investissements relationnels d'une organisation