Management des clients

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Stratégie de gestion des données client (référentiel client, qualité des données...) - Méthodes d'analyse des données client (analyses descriptives, explicatives et prédictives...) - Pilotage des investissements relationnels (indicateurs de performance, tableau de bord…) - Utilisation d'un système d'intelligence client (outils et processus).
Cet enseignement a pour objectif de développer les compétences des participants leur permettant d'élaborer une stratégie de gestion des données client ; d'analyser des données client pour améliorer la prise de décision en s'appuyant sur des outils et des processus d'intelligence client ; de mettre en place en place des tableaux de bord pour analyser la performance des investissements relationnels.

Compétence à acquérir :

Formuler des recommandations pour améliorer le système de gestion des données client - Maîtriser les principes de l'intelligence client (en termes d'outils et de processus) - Analyser des données client pour améliorer la prise de décision - Analyser la performance des investissements relationnels.