

## Fidélisation et e-CRM

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **Agroalimentaire / Banque / Assurance / Mutualité / Imprimerie / BTP / Matériaux de construction / Chimie / Parachimie / Commerce / Négoce / Distribution / Édition / Communication / Multimédia / Électronique / Études et conseils / Industrie pharmaceutique / Informatique / Télécoms / Automobile / Services aux entreprises / Textile / Habillement / Chaussure Transports / Logistique...**

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **310**, **312**

Code(s) ROME : **M1705**, **M1402**, **M1704**

Formacode : **34093**

Date de création de la certification : **01/01/2014**

Mots clés : **Marketing digital**, **Fidélisation**, **e-CRM**, **Gestion de la relation client**

### Identification

Identifiant : **2322**

Version du : **14/02/2019**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **N/A**

Non formalisé :

■ **N/A**

### Descriptif

#### *Objectifs de l'habilitation/certification*

Les internautes sont de plus en plus exigeants, impatientes, tout en étant peu fidèles aux marques avec lesquelles ils cherchent à renforcer leurs liens. Tous les clients ne sont pas des rois, mais tous doivent être pris en compte. Comment s'adapter à des internautes de plus en plus exigeants, ayant des attentes diverses, tout en renforçant leurs liens avec la marque ?

La certification "Fidélisation et e-CRM" valide les acquis et atteste de la maîtrise des outils et méthodes pour mener à bien un projet de gestion de la relation client en ligne (e-CRM) et favoriser la fidélisation des clients.

Les objectifs de la certification sont les suivants :

Améliorer son degré de connaissance client

Développer la valeur de ses clients

Acquérir les outils méthodologiques pour concevoir un programme relationnel

#### *Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP*

■ Aucun

#### *Descriptif général des compétences constituant la certification*

Les compétences constituant la certification :

**Public visé par la certification**

Identifier les caractéristiques du marketing relationnel on-line  
Adopter une démarche customer-centric  
Analyser et rationaliser le coût et la valeur de ses clients  
Mesurer la gestion de la relation client avec des outils adaptés  
Fidéliser par les communautés : personnaliser la relation et fédérer chaque communauté  
Fidéliser grâce à l'e-mail et la newsletter : élaborer un programme relationnel  
Concevoir et déployer un programme de fidélisation complet  
Détecter des leviers de reconquête des clients inactifs ou perdus  
Déployer la gestion de la relation client, piloter les points de contact, respecter la législation  
Enrichir sa gestion de la relation client grâce au digital

- Professionnels du marketing et de la communication souhaitant piloter un programme de fidélisation en ligne
- Responsables CRM/relation client
- Managers des départements marketing, web ou informatique
- Tout salarié en reconversion professionnelle dans le secteur du marketing digital
- Demandeurs d'emploi
- Toute personne amenée à développer un programme de fidélisation en ligne pour sa marque

## Modalités générales

La certification est accessible en inter et en intra-entreprises.

La durée de la formation peut aller jusqu'à 150 heures.

Les modalités pédagogiques peuvent être présentiellles ou distancielles (modules e-learning, classes virtuelles...) ou toute modalité pédagogique adaptée à l'acquisition des compétences de la certification.

## Liens avec le développement durable

Aucun

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### Pour l'individu

Certification qui permet aux participants : soit de valider des acquis déjà présents tout en perfectionnant leur approche du métier, soit de prendre pleinement conscience du poste qu'ils sont en train de s'approprier en balayant précisément les différentes composantes de ce domaine d'activité. Cette certification peut être un premier pas vers une VAE potentielle. Les personnes souhaitant se reconverter ou en recherche d'emploi accroissent leur employabilité, leur CV se trouve ainsi enrichi de compétences nouvelles en adéquation avec l'évolution de la gestion de la relation client à l'ère du digital.

### Pour l'entité utilisatrice

Montée en compétences des salariés (respect de l'obligation légale de maintien dans l'employabilité) et GPEC avec potentialité de mise en place d'une mobilité interne. Reconnaissance de la valeur de ses salariés (climat social) dans un secteur qui doit s'adapter à l'évolution des tendances et des technologies.

## Evaluation / certification

### Pré-requis

Connaître les fondamentaux du marketing, avec une culture digitale.

### Compétences évaluées

#### La relation client

1. Identifier les caractéristiques du marketing relationnel on-line
2. Adopter une démarche customer-centric
3. Analyser et rationaliser le coût et la valeur de ses clients
4. Mesurer la gestion de la relation client avec des outils adaptés

#### Fidéliser sa clientèle

5. Fidéliser par les communautés : personnaliser la relation et fédérer chaque communauté
6. Fidéliser grâce à l'e-mail et la newsletter : élaborer un programme relationnel
7. Concevoir et déployer un programme de fidélisation complet
8. Détecter des leviers de reconquête des clients inactifs ou perdus

#### Pérenniser la relation : le E-CRM

9. Déployer la gestion de la relation client, piloter les points de contact, respecter la législation
10. Enrichir sa gestion de la relation client grâce au digital

### Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Non applicable

La validité est Permanente

#### Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences.

### Centre(s) de passage/certification

- <http://www.ism.fr/>

## Plus d'informations

### Statistiques

5 certifiés en 2018.

### Autres sources d'information

<http://www.ism.fr/formation/parcours-certifiant-responsable-e-crm.html>