

Réussir un projet CRM

MG732

Durée : 2 jours

Objectifs de cette formation Projet CRM

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

Public

Toute personne impliquée dans les processus de vente d'une entreprise
Toute personne impliquée dans les échanges avec les clients (processus de vente, SAV, Marketing, ...),
Consultants, Chefs de projet fonctionnels, ...

Pré-requis

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis

PLAN DE COURS :

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 dédoublonnage, à la qualité des données)
- Exemples / retours d'expérience