

**OPTIMISEZ**

V O T R E

**RELATION**

**CLIENT**

PAR L'INNOVATION ET LES  
NOUVELLES TECHNOLOGIES

Animée par

**Pierre MORGAT**

- Spécialiste de la relation client, de la conquête à la fidélisation
- Directeur de programme et professeur vacataire à l'ESSEC

Judi 29 et vendredi 30 mars 2012

Judi 31 mai et vendredi 1<sup>er</sup> juin 2012

Judi 18 et vendredi 19 octobre 2012

# OPTIMISEZ VOTRE RELATION CLIENT

PAR L'INNOVATION ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

## ÉDITO

Internet, le marketing mobile et bientôt le m-commerce modifient totalement le comportement des consommateurs.

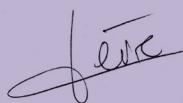
Et ce n'est pas fini !

Mais, comment mesurer l'impact des nouvelles technologies et des innovations sur la relation client ?

Pour répondre à ces questions, **Pierre MORGAT**, expert de la relation et de la fidélisation client, a élaboré un programme dont le principal objectif vise à vous apporter des réponses sur les bouleversements actuels et à venir. Une formation essentielle pour vous adapter aux clients « polymorphes » et à leurs besoins « à géométrie variable ».

Pendant ces deux jours, riches en expertises et en témoignages, vous identifierez l'impact des nouvelles technologies et vous profilerez les nouveaux clients. Vous rentrerez dans une logique d'adaptation permanente du savoir-être et du savoir-faire. Enfin, vous disposerez d'un plan d'actions efficace !

Bonne formation à tous,



**Dominique FÈVRE**

Rédactrice en chef

Relation Client Magazine

## JOUR 1

8h30

Accueil des participants.

9h00

### Introduction et présentation de la formation

- Objectifs pédagogiques ;
- Méthodes ;
- Programme.

9h15

### Contexte et enjeux des nouvelles technologies au service de la relation client

- Les dégâts de la vague « CRM » ;
- Humanisme et ROI ;
- Les 7 étapes de la relation client ;
- L'évolution des clients, besoins et attentes ;
- La bataille de la connaissance client ;
- Quelles innovations ?

*E-réputation, analyse sémantique, intercanalité, industrialisation de la relation client via l'intelligence artificielle et les moteurs d'inférence, Customer Experience Management, Customer Involvement Management...*

11h00

Pause.

11h15

### Mobile, m-commerce : vecteurs de nouveaux programmes de marketing relationnel

Avec la participation de :  
**Olivier LE GARLANTEZEC**,  
Directeur général Europe,  
**PHONE VALLEY**

- Impacts sur le business et le management ;

- Benchmark international des meilleures pratiques B to B et B to C et des secteurs de pointe.

12h30

Déjeuner avec l'animateur.

14h00

### Industrialiser la relation client. Mais comment ?

- Avec une grande qualité relationnelle... ;
- En renforçant le rôle des équipes internes... ;
- Avec l'analyse sémantique, l'écoute clients et l'intercanalité pour pallier à la déshumanisation.

*Études de cas.*

15h30

Pause.

15h45

### Atelier : analyse sémantique et relation client

Expert :  
**François CHAUMARTIN**,  
CEO,  
**PROXEM**

- Comment développer sa connaissance client : Why, What, Who, When, Where + How to + How much ?

17h00

### ROI et impacts de l'analyse sémantique

- Chiffre d'affaires, marges, satisfaction, fidélité et valeur créés pour le client.

17h45

Fin de la première journée.

## JOUR 2

8h30

Accueil des participants.

9h00

### E-réputation et relation client

- Définition ;
- Comprendre l'importance de l'e-réputation ;
- Audit et mesure ;
- Mettre en œuvre un plan d'actions correctives.

Étude de cas en partenariat avec **PROXEM**

10h45

Pause.

11h00

### Voix du client et ROI

L'évolution des exigences clients impose aux entreprises une écoute permanente pour les satisfaire :

- Comment l'écoute client a-t-elle été mise en place ? Historique et enjeux ;
- Quels sont les dispositifs nécessaires pour capter et satisfaire les attentes des clients ?
- ROI, Indicateurs Clés de Performance (ICP) : comment mesurer le progrès réalisé ?

12h30

Déjeuner avec l'animateur.

14h00

### Analyse des données chiffrées et génération de textes intelligents pour industrialiser le conseil client

Expert :

**John RAUSCHER,**  
CEO, YSEOP

3 études de cas B to B et B to C.

- Faire parler les données clients pour scénariser la vente ;
- Nourrir les conseillers de clientèle pour booster le CA ;
- Accompagner les vendeurs en optimisant leur productivité.

15h30

Pause.

15h45

### Management : réflexion et bon sens pour placer la relation client au cœur de l'entreprise

Conséquences et nouveaux modes de management liés aux nouvelles technologies :

- Auditer, compléter et développer les compétences internes : profils conquérants (vs anglo-saxons), double compétence marketing/commerciale ;
- Exemplarité du management : présence terrain, redéfinition du leadership ;
- Conquérir et fidéliser : nouvelles priorités du DG ;
- Associer toute l'entreprise : motivation, implication du management (tandem P-dg/RH).

17h00

### L'avenir de la relation client

- Former ses clients à ses outils ;
- Ne pas (encore) confondre outils et innovations !
- Avoir une mesure d'avance sur l'impact des nouvelles technologies (consommateur expert et vendeur dépassé, multi-fidélité ou infidélité chronique...).

17h45

Fin du séminaire.



Animée par **Pierre MORGAT**

**Spécialiste relation client, conquête et fidélisation**, de la formation des cadres et dirigeants, des Corporate Universities et écoles de Vente internes.

Ancien Directeur marketing à l'ESSEC, en charge du développement de l'Executive Education, il est Directeur général de l'agence **CUSTOMER DELIGHT**, consultant, **professeur vacataire à l'ESSEC**, conférencier et auteur de modules d'e-learning.

Il intervient régulièrement en France et à l'international pour de grandes entreprises, des lobbies et fédérations professionnelles. Son approche originale est volontairement pluridisciplinaire, transverse, axée sur le ROI, l'efficacité des campagnes, l'humanisme et la qualité de la relation client.

Pierre MORGAT, est l'auteur de différents livres de management dont : *Fidélisez vos clients* et *Optimisez votre conquête clients* (Éditions Eyrolles).

[www.conqueteclients.com](http://www.conqueteclients.com)

Jeudi 29  
et vendredi 30 mars 2012

Jeudi 31 mai  
et vendredi 1<sup>er</sup> juin 2012

Jeudi 18  
et vendredi 19 octobre 2012

## OBJECTIFS

- Évaluer l'impact des nouvelles technologies sur la relation client ;
- Profiler les nouveaux consommateurs et leurs attentes ;
- Identifier les outils relationnels sources de performance ;
- Appréhender la relation client de demain.

## PROFIL DES PARTICIPANTS

- Directeur général ;
- Responsable relation client ;
- Directeur marketing ;
- Directeur et responsable du marketing relationnel, client, digital opérationnel.

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Renseignements et inscriptions :

Éditions Formations  
160 bis, rue de Paris  
92645 Boulogne Billancourt Cedex

Carine PICHANT  
01 46 99 97 79  
formation@editialis.fr

La formation se déroule à Paris.  
Le lieu exact vous sera communiqué au moment de votre inscription.

Découvrez l'ensemble de notre programme de formations sur :  
<http://formations.editialis.fr/>

## BULLETIN D'INSCRIPTION

**OUI**, je souhaite m'inscrire à la formation

Jeudi 29 et vendredi 30 mars 2012

Jeudi 31 mai et vendredi 1<sup>er</sup> juin 2012

Jeudi 18 et vendredi 19 octobre 2012

Frais d'inscription par participant  
pour les deux jours :

**1 795 € HT**

(soit 2 146,82 € TTC par personne)

**Éligible au DIF**

(sous réserve des conditions  
de votre organisme paritaire)

### Convention de formation

Organisme de formation n° 119206 51392

### Participant :

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... Fax : .....

E-mail : .....

### Société :

Raison sociale : .....

Adresse : .....

Code postal : .....

Ville : .....

Nom du resp. formation : .....

Secteur d'activité (code NAF) : .....

Nombre de salariés :

0 à 9  10 à 49  50 à 199  200 à 499  + de 500

**Le soussigné accepte les conditions d'inscription**

Date :

Signature et cachet  
de l'entreprise :

### Coordonnées de facturation (si différentes)

Société : .....

Nom : .....

Prénom : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Ci-joint mon règlement de ..... € TTC (TVA 19,6 %).



### RELATION CLIENT MAGAZINE

1 an : **58 €** seulement, au lieu de 90 €

Abonnez-vous sur

[www.relationclientmag.fr/boutique](http://www.relationclientmag.fr/boutique)

et saisissez votre code : **12AGFOA**

Pavé

## CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

### Conditions d'inscription

Dès réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une convocation et une convention de formation ainsi qu'une facture. En cas de prise en charge par un organisme payeur, il vous revient de vous assurer des démarches à suivre et de la bonne fin du paiement par celui-ci. Toute admission est soumise à un règlement préalable avant le premier jour de la formation.

### Moyens de paiement

- Par chèque à l'ordre d'Éditionalis
- Par virement bancaire (joindre l'ordre de virement) à Caisse d'Épargne d'Île-de-France, compte n°17515 90000 0800 1089759 69

Merci de préciser le titre de la formation et le nom du stagiaire.

### Inscriptions multiples

2 personnes : - 10 % sur la seconde inscription

3 personnes et plus : nous consulter au 01 46 99 97 79

ou [formation@editialis.fr](mailto:formation@editialis.fr)

Pour vous inscrire, photocopiez ce formulaire.

### Lieu de formation

Les formations se déroulent à Paris.

Le lieu exact vous sera communiqué au moment de votre inscription.

### Conditions d'annulation

Toute annulation doit nous parvenir par écrit.

Pour toute annulation ou changement de date de formation reçu au plus tard 15 jours calendaires avant la date de la formation, 180 € HT de frais de dossier seront retenus.

Pour toute annulation survenant entre 15 jours et le début de la formation, les frais d'inscription seront dus en totalité.

Ces conditions sont également valables pour toute personne absente le jour de la formation et non remplacée.

Le stagiaire peut se faire remplacer par une personne de la même entreprise sans frais.

### Report et modification

Les organisateurs se réservent le droit de reporter la manifestation, de modifier le lieu de son déroulement ou le contenu de son programme si, malgré tous leurs efforts, des circonstances indépendantes de leur volonté les y obligent.

Les informations qui vous sont demandées sont nécessaires pour que votre inscription puisse être traitée par nos services.

Conformément à la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'opposition, d'accès, de modification et de suppression des données vous concernant. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés.