



Module :
Gestion de la Relation Client
Ou Customer Relationship Management

Par Mr Hassan EL HASANY

Mr Hassan EL HASANY



- Consultant Formateur Certifié Spécialisé en Management Commercial et Tableau de Bord / Excel!
- Conseiller en techniques de vente & Action Commerciale;
- Fondateur et CEO:

FOURNITUK: Fournitures de Bureau



Mes Quelques R»f»rences



PROVERBES



«Ce lui qui n'a pas d'objectif ne risque pas de l'atteindre».

« Nul vent n'est favorable pour le marin qui ne sait où il va!! »

OBJECTIFS



À la fin de la formation, les étudiants seront capables de :

1. Comprendre les fondamentaux et enjeux stratégiques de la Gestion de la Relation Client.
2. Mettre en place une stratégie CRM orientée fidélisation, satisfaction et rentabilité.
3. Segmenter, analyser et piloter le portefeuille clients.
4. Construire des tableaux de bord de suivi de la relation client.
5. Utiliser les outils clés du CRM :
 - EXCEL - POWERBI & HupSpot

PROGRAMME



I. Introduction aux CRM

II. Tableaux de Bord et fiche Client : EXCEL

**III. Etude de Cas GRC sur Power BI: de données
à la visualisation**

**IV. Création et Configuration d'un Sales Hub
sur HubSpot**

DÉFINITION

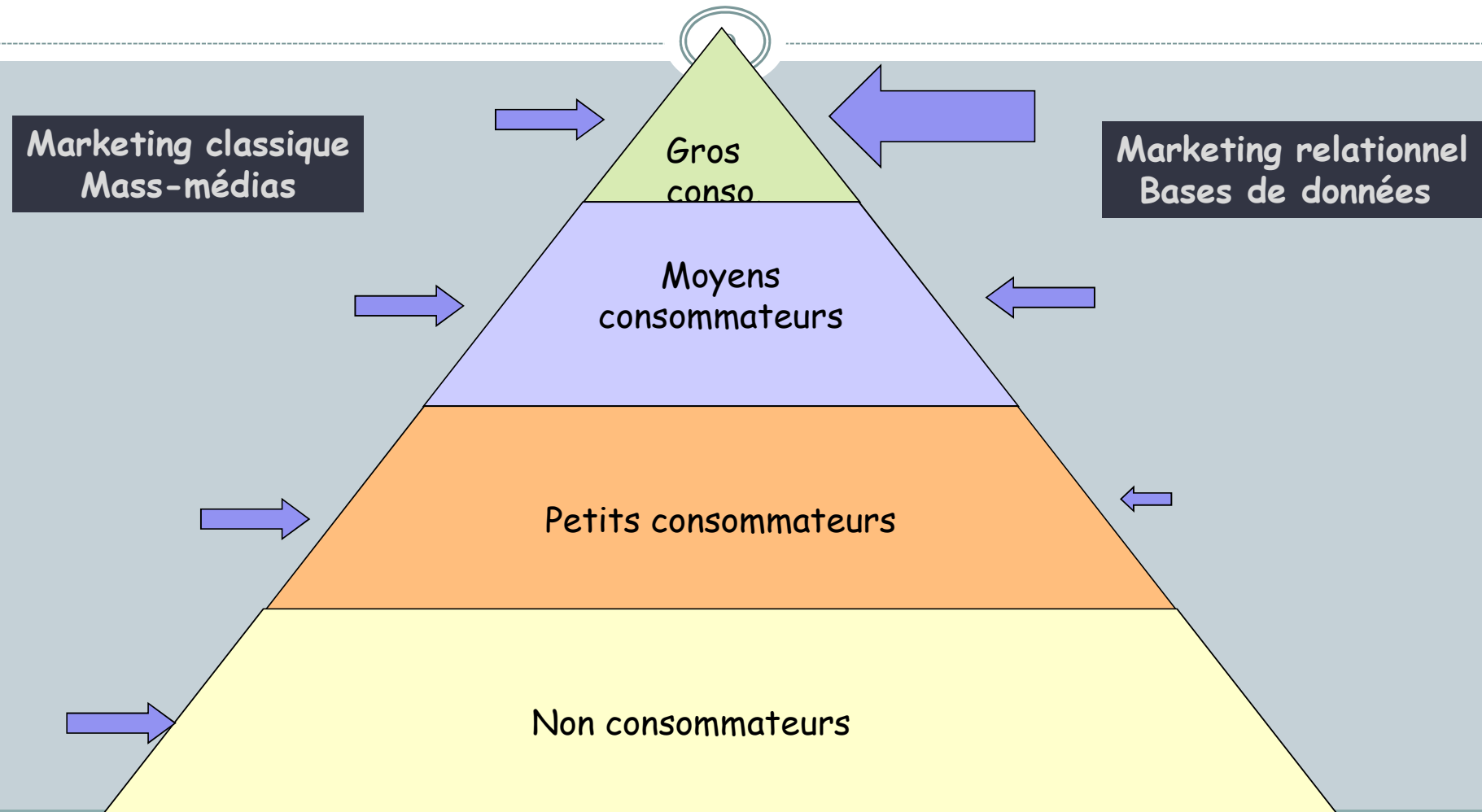
QU'EST CE QUE LA CRM ?

8

CRM (Customer Relationship Management, ou en français, Gestion de la Relation Client : GRC) est un ensemble d'outils et techniques permettant de gérer la relation avec la clientèle en automatisant les différentes composantes de la relation client.

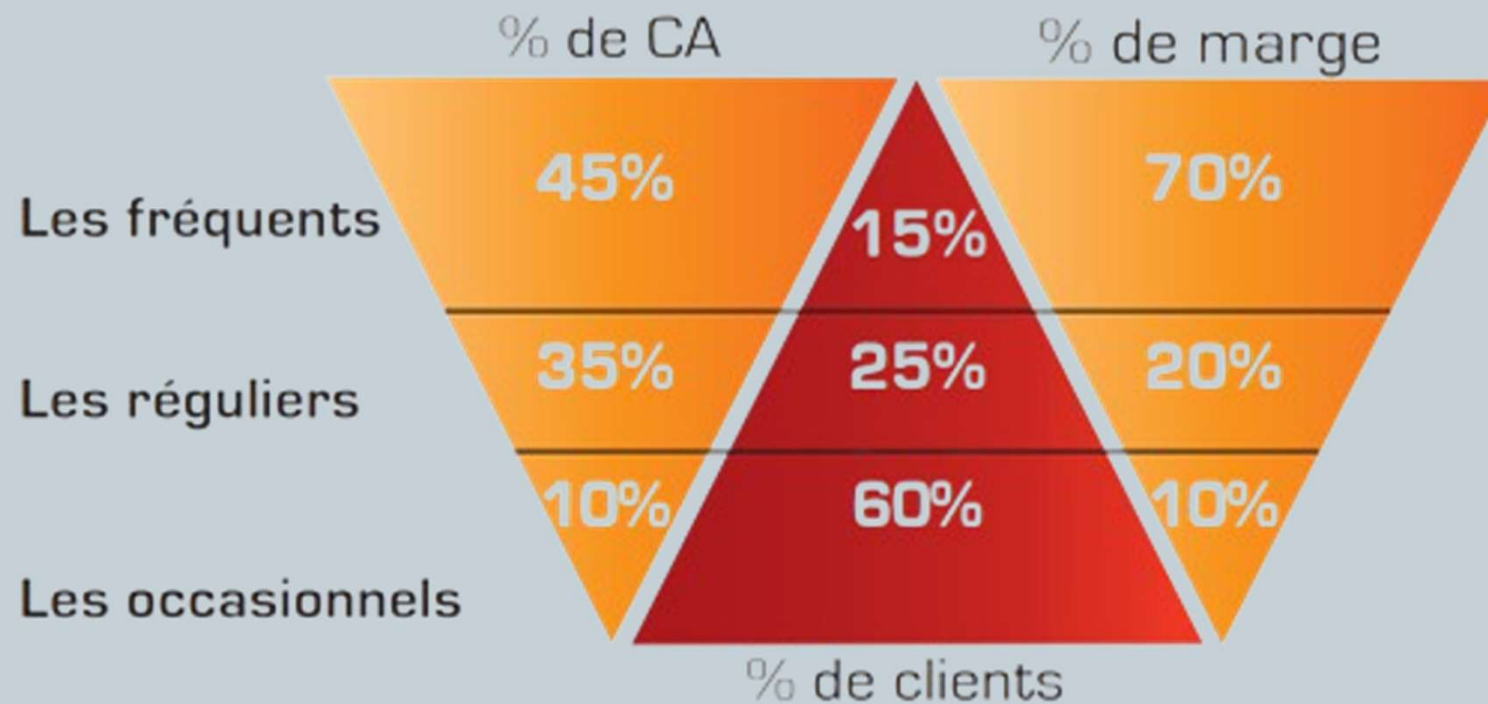
Dans le langage courant, la CRM désigne le logiciel de gestion de la relation client

POURQUOI C'EST IMPORTANT !



SEGMENTATION DES CLIENTS

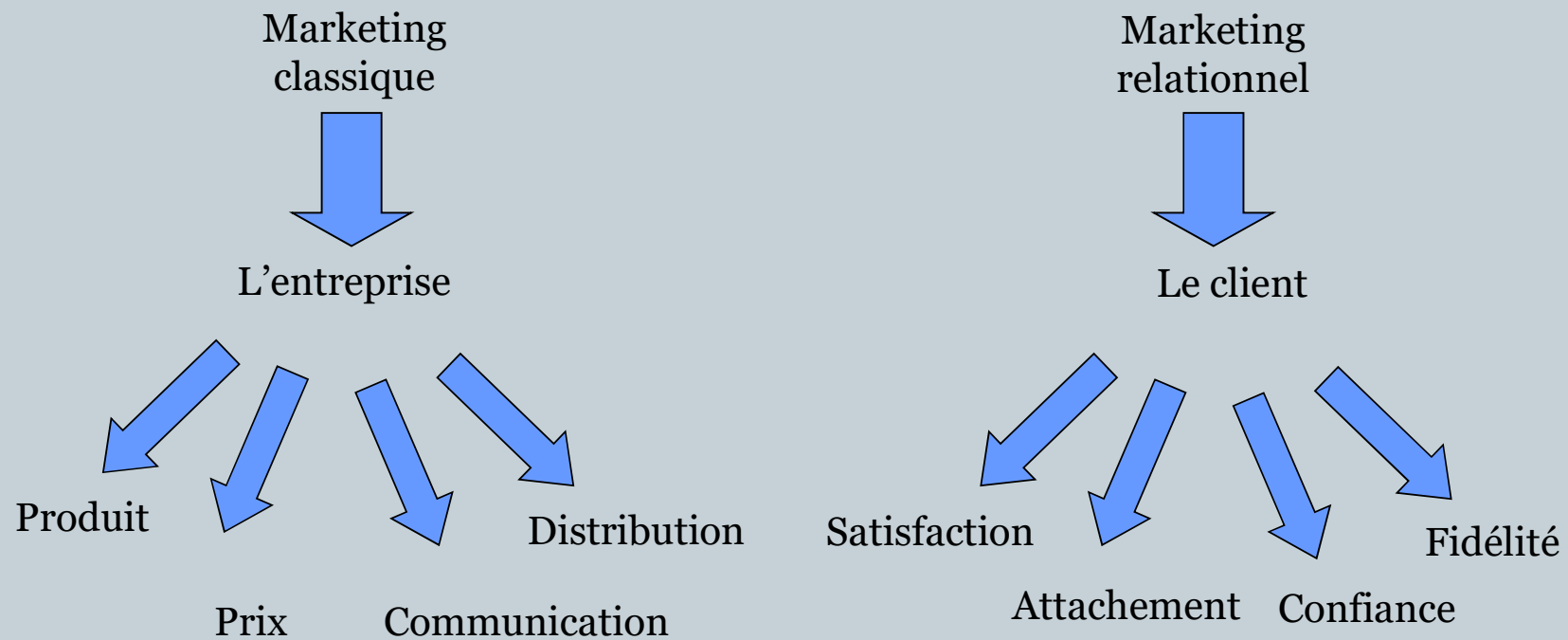
10



DE LA STRATÉGIE MARKETING AU MARKETING RELATIONNEL

Marketing # Marketing Relationnel

12



LA FIDÉLISATION

13

Principe de base

Un client fidèle à une marque
a un comportement d'achat stable et durable
vis-à-vis de cette marque

MAIS...

Tous les clients ayant un comportement d'achat stable et durable
ne sont pas forcément fidèles...

DÉFINITION DE LA FIDÉLITÉ

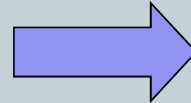
14

« Engagement profond à racheter de façon régulière un produit ou un service plus apprécié que les autres, malgré des circonstances changeantes »

DÉFINITION DES CLIENTS FIDÈLES

15

Le client est **FIDELE** si



Il est satisfait

Il fait confiance

Il se sent engagé

Le client est **INERTE** si



Il agit par habitude

Le client est **RETENU** si



Il n'a pas d'autre choix

réalité

perception

L'ATTACHEMENT À LA MARQUE

16

- Relation affective durable et inaltérable entre le consommateur et la marque (la séparation est douloureuse)
- Relation de proximité psychologique

J'ai beaucoup d'affection pour cette marque

L'achat de cette marque me procure beaucoup de joie, de plaisir

Je trouve un certain réconfort à acheter ou posséder cette marque

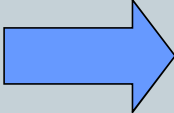
Je suis très lié à cette marque

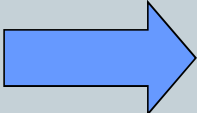
Je suis attiré par cette marque

- L'attachement est évolutif (attachement – détachement)

LES CYCLES DE VIE...

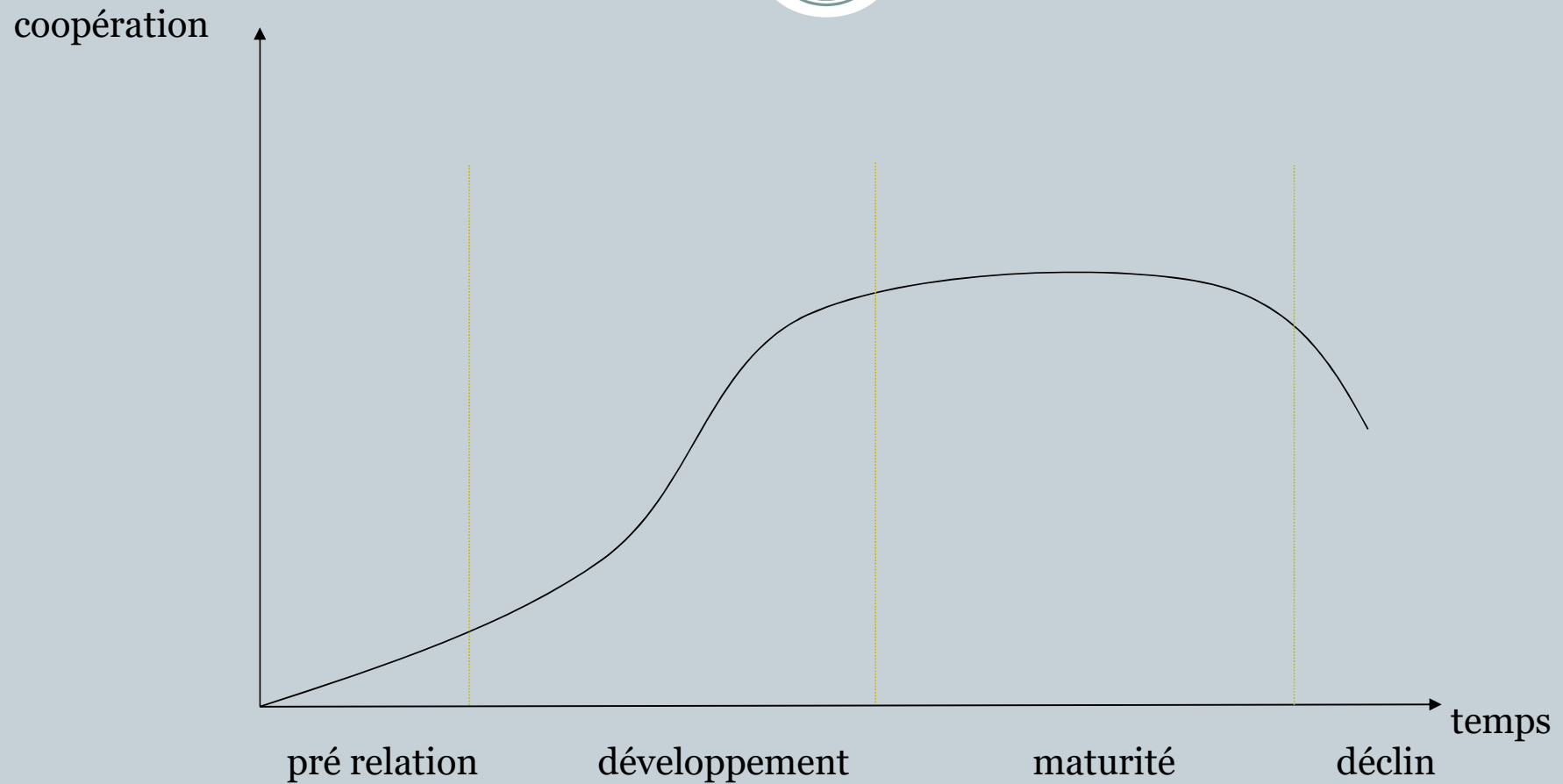
17

Marketing classique  **Cycle de vie du produit**

Marketing relationnel  **Cycle de vie de la relation**

LE CYCLE DE VIE DE LA RELATION

18



DÉFINITION DU MARKETING RELATIONNEL

19

Ensemble des actions marketing visant à
établir, développer et maintenir des relations d'échange fructueuses

Morgan et Hunt 1994

⇒ Identifier, Attirer et Fidéliser les meilleurs clients

Marketing Relationnel =
Customer Relationship Management
CRM : Gestion de la relation client

CRM & FIDÉLISATION: UN DUO GAGNANT

LES 5 ÉTAPES DU CRM

21

1. Identifier et collecter les données (datawarehouse)
2. Segmenter de façon stratégique la clientèle (datamining)
3. Adapter le bien / service, communiquer
4. Échanger avec le client
5. Évaluer la satisfaction, la rentabilité des actions

CRM # SI

I: Composants du SI



Un Système d'Information (SI) repose sur 5 composants fondamentaux qui interagissent pour collecter, traiter, stocker et diffuser l'information.

1. Matériel (Hardware)



- Équipements physiques nécessaires au traitement de l'information.
- ✂ Exemples : Ordinateurs, serveurs, routeurs, imprimantes
- 🎯 Rôle : Support de l'exécution des logiciels et du stockage des données.

2. Logiciels (Software)



- Programmes permettant de traiter, analyser et transmettre l'information.
- ✂ Exemples : ERP, CRM, tableurs, bases de données
- 🎯 Rôle : Automatiser et faciliter les processus de gestion.

3. Données (Data)



- Représentation des faits ou éléments d'information.
- ✚ Exemples : Données clients, ventes, stocks, RH
- 🎯 Rôle : Alimenter les décisions, les analyses et les traitements.

4. Procédures



- Règles et processus définissant l'utilisation du SI.
- ✂ Exemples : Workflows, validation de commandes, sécurité des accès
- 🎯 Rôle : Garantir une utilisation cohérente et efficace du SI.

5. Utilisateurs (People)



- Personnes interagissant avec le SI.
-  Exemples : Employés, managers, informaticiens, clients
-  Rôle : Exploiter l'information pour piloter l'activité.

Résumé Visuel des Composants



+-----+

| Utilisateurs |

+-----+

|

+-----+ +-----+ +-----+

| Données| - | Logiciels| - | Matériel|

+-----+ +-----+ +-----+

|

+-----+

| Procédures |

+-----+

I: Progression du Rôle du SI



Le rôle du Système d'Information a évolué au fil du temps :

- De simple outil de traitement à un levier stratégique,
- Aujourd'hui, le SI est un **pilier central** de la performance.
- Son importance s'est accrue avec la digitalisation et les besoins décisionnels.

Le rôle du Système d'Information (SI) a considérablement évolué :

I: Progression du Rôle du SI

Au début 1960 : l'apparition des bases de données

Au début 1970 : les systèmes de traitements de transactions et les applications traditionnelles de comptabilité .

1970 – 1980 : les systèmes experts , SAD

1980 – 1990 : les systèmes d'informations stratégiques

1990 – 2000 : le développement des systèmes d'hypermédia ,Site web .

I: Progression du Rôle du SI

Aujourd'hui – Avantage concurrentiel

Le SI est un levier d'innovation et de transformation digitale.

Exemples :

- Solutions Cloud (ex : Microsoft Azure, Google Cloud).
- Intelligence artificielle pour la recommandation ou le support client.
- CRM avancés (ex : Salesforce) pour personnaliser la relation client.
- Big Data pour analyser le comportement utilisateur.

Rôle :

Créer de la valeur, personnaliser, innover, se différencier.



I: G/O: 1/4 \$%ND

Les Systèmes d'Information (SI) se déclinent en plusieurs types selon leurs fonctions.

Chaque type répond à des besoins spécifiques : opérationnels, décisionnels ou stratégiques.

1. Systèmes de Traitement des Transactions (TPS)



- Gèrent les opérations quotidiennes répétitives de l'entreprise.
-  Exemples : Systèmes de caisse, gestion des stocks, enregistrement des ventes.
-  Utilisateurs : Agents, employés opérationnels.
-  Rôle : Assurer le bon déroulement des activités de base avec efficacité et fiabilité.

2. Systèmes d'Information de Gestion (MIS)



- Transforme les données des TPS en rapports périodiques et tableaux de bord.
-  Exemples : Rapports de ventes hebdomadaires, état des stocks, analyse des coûts.
-  Utilisateurs : Managers de niveau intermédiaire.
-  Rôle : Faciliter la gestion et la planification tactique.
- **Outil** : Microsoft Power BI, Excel, ou SAP Business Objects

3. Systèmes d'Aide à la Décision (DSS)



- Fournissent des outils analytiques pour la prise de décision semi-structurée.
- ✎ Exemples : Simulation budgétaire, analyse de rentabilité, tableaux de bord interactifs.
- 👤 Utilisateurs : Cadres, analystes, décideurs.
- 🎯 Rôle : Appuyer les décisions complexes grâce aux données et aux scénarios.
- **Outil** : Excel, IBM Cognos Analytics, Qlikview, ou Oracle BI

4. Systèmes d'Information Stratégiques (SIS)



- Supportent les décisions stratégiques à long terme.
- ✦ Exemples : Veille concurrentielle, analyse du marché, prévision des tendances.
- 👤 Utilisateurs : Direction générale, stratèges.
- 🎯 Rôle : Créer un avantage concurrentiel et orienter la stratégie globale.
- **Outil** : Palantir Foundry, SAS Business Analytics, ou Salesforce

5. Systèmes ERP (Enterprise Resource Planning)



- Intègrent toutes les fonctions de l'entreprise dans un système unique.
- ✚ Exemples : SAP, Oracle ERP, Microsoft Dynamics.
- 👤 Utilisateurs : Tous les niveaux de l'organisation.
- 🎯 Rôle : Unifier les processus et les données de l'entreprise en temps réel.

6. Systèmes CRM (Customer Relationship Management)



- Gèrent la relation client et le suivi commercial.
- ✎ Exemples : Salesforce, Zoho CRM, HubSpot.
- 👤 Utilisateurs : Commerciaux, marketing, service client.
- 🎯 Rôle : Améliorer la satisfaction client, personnaliser les interactions, fidéliser.

7. SI collaboratif ou digitalisé



Il existe un autre type qu'on peut qualifier de **SI collaboratif ou digitalisé**, qui regroupe les outils de **Gestion de projet, communication et collaboration en ligne**, comme **Trello, Notion, Slack**, etc.

 **Gèrent la collaboration, la Gestion de projet, et la communication en temps réel.**

 **Exemples :** Trello, Notion, Slack, Microsoft Teams.

 **Utilisateurs :** Chefs de projets, équipes de développement, services transverses, RH, marketing.

 **Rôle :** Faciliter la coordination des tâches, améliorer la productivité collective, centraliser les échanges et les documents.

Résumé des Types de SI



- 1. TPS : Traitement des opérations courantes
- 2. MIS : Rapports de gestion
- 3. DSS : Aide à la décision
- 4. SIS : Orientation stratégique
- 5. ERP : Intégration globale
- 6. CRM : Gestion de la relation client
- 7. SI collaboratif ou digitalisé