

Téléprofil Sarl

15, rue du Grand Veneur
75003 Paris
www.teleprofil.com
contact@teleprofil.com
RCS Paris 490 526 944

Nathalie-Marie de Grimal

Tél. : +33 6 12 90 40 00
salvydegrimal@teleprofil.com

*Les
apostilles
de
Téléprofil*

Téléprofil
Les organisations et les talents

Le CRM... smart !

— ou les conditions systémiques de réussite en Service client

❑ Le CRM est au service du client, du conseiller et du marketing

❑ Le CRM doit constituer une aide relationnelle au conseiller

- Convivialité et spécification de la relation avec le client (fluidité ergonomique de l'outil et pertinence des historiques client)

❑ Le CRM doit favoriser l'autonomie du conseiller sur le dossier client

- Au service de la marge de manœuvre et de l'intelligence du conseiller face aux différentes situations, le CRM doit permettre d'obtenir en temps réel des données de gestion des demandes client (en direct ou par des liens).
En ce sens, il doit pouvoir être aisément enrichi par le conseiller (historique client) et suffisamment nourri par les services de gestion (commercial, financier, juridique, production, etc.)

❑ Le CRM doit permettre des requêtes menant à des actions concrètes et fluides, proches des besoins du client

- Les requêtes, peu nombreuses mais exigeantes, doivent répondre à des questions opérationnelles : « que veux-t-on obtenir, dans quel but, en agissant comment... ? »

❑ Le CRM doit générer un retour sur investissement

- Les analyses issues des requêtes doivent être effectivement investies dans des plans marketing et commerciaux