

## Définition du CRM

Le CRM pour « *Customer Relationship Management* » ou **Gestion de la Relation Clients** en français, est une stratégie d'entreprise visant à mettre en place des moyens servant à nouer une relation durable et profitable avec le client.

Le client est donc au cœur d'une démarche CRM, mettant en œuvre :

- une méthodologie basée sur les nouvelles technologies, visant l'amélioration de la satisfaction clients,
- une approche marketing pour construire des relations de proximité avec tous ses clients et prospects,
- une vision globale impliquant les acteurs extérieurs à l'entreprise (fournisseurs, partenaires etc.).

Le CRM vise à développer une proximité et une relation continue avec les clients. Pour cela, l'entreprise cherche en permanence à mieux comprendre les besoins présents et futurs de chacun d'eux. Grâce à cette connaissance, elle peut ensuite ajuster aux besoins, de la manière la plus économique possible, les canaux de distribution, de contacts, les options sur ses produits, les conditions de livraison... Elle peut surtout optimiser ses actions de communication et ses méthodes commerciales, c'est-à-dire ses processus commerciaux.

Une stratégie CRM permet ainsi à l'entreprise d'assurer une cohérence globale entre :

- des clients aux enjeux et aux attentes très différentes,
- des offres de plus en plus personnalisées,
- des canaux de contacts de plus en plus nombreux et variés.

## Les enjeux

Plusieurs études ont montré que 70% des clients quittent une entreprise par manque de communication ou d'échange alors que seuls 14 % des clients ne sont réellement pas satisfaits par les produits ou services de l'entreprise.

Par ailleurs, acquérir un nouveau client coûte jusqu'à 10 fois plus cher que d'en conserver un.

La **fidélisation clients** est donc un enjeu majeur pour tous et elle commence par la mise en place d'une stratégie CRM, du moins d'actions de relations clients, qui, rappelons-le visent à nouer une **relation durable et profitable avec chaque client**.

## Pour aller plus loin

Ouvrage - Gestion de la relation client, édition 2005, René Lefébure, Gilles Venturi, éditions Eyrolles

Atelier CRM / Fidélisation - « Gestion de la Relation Clients : Définition et bonnes pratiques » animé par Philippe Rossi, Nêlis, le 2 décembre 2008. Disponible auprès de l'ARIA.

Consultez les fiches pratiques Fidélisation clients :

- Mieux connaître ses clients pour mieux les fidéliser
- Maîtriser l'information pour une meilleure fidélisation
- La grille d'analyse de vos besoins en CRM
- Relation clients et technologies