

Mettre en place un projet de gestion de la relation clients (CRM) correspond à définir une organisation et à choisir un outil informatique. Dans ce type de projet, 80% de sa réussite est due à l'organisation de l'entreprise et 20% seulement à l'outil sélectionné.

## Les clés de la réussite d'un projet CRM

Plusieurs éléments contribuent à la réussite d'un projet CRM et notamment :

- la définition d'objectifs clairs, précis et présentés à l'ensemble des utilisateurs
- l'expression et la formalisation claires des besoins et des contraintes
- un plan d'actions réaliste
- des ressources adaptées, tant sur le plan humain que financier
- un plan de communication interne visant à informer régulièrement les salariés des étapes réalisées et des objectifs poursuivis par l'étape suivante
- l'implication indispensable de la Direction Générale
- un projet conduit de façon progressive, en phases successives.

### Conseils pratiques.

En amont du lancement du projet, nous insistons sur la nécessité de réaliser une étude préalable qui permet d'identifier les besoins mais aussi les moyens à mettre en œuvre ainsi que les conditions de réussite du projet.

## Les outils CRM

Sur le marché, de nombreux outils informatiques existent : logiciels sur mesure, progiciels à installer sur les ordinateurs de l'entreprise ou solutions accessibles en ligne.

Les fonctions habituelles de ces solutions concernent à la fois l'avant-vente, la vente et l'après-vente :

- Automatisation du cycle de vente. Cette fonctionnalité intègre les différentes étapes de la vente : saisie des objectifs, élaboration des prévisions, gestion des portefeuilles clients, suivi des affaires...
- Automatisation des campagnes marketing. Cette fonction permet de collecter des informations sur les clients, de les analyser afin d'optimiser les actions à entreprendre, segment par segment.
- Centre d'appels et de contacts. Ces fonctions permettent d'automatiser les différents processus de la prise d'appels et de gérer les inter-relations : téléphone, fax, e-mail, courrier.
- Base de données marketing. Les solutions CRM gèrent les accès à la base de données clients de l'entreprise, utilisent ses informations et les enrichissent.

### Pour aller plus loin

Guide comparatifs.com propose un guide pour préparer un cahier des charges ou réaliser un comparatif entre plusieurs offres du marché : [www.guidescomparatifs.com](http://www.guidescomparatifs.com)

Consultez les fiches pratiques Fidélisation clients :

- Du CRM à la fidélisation clients : définition et enjeux
- Mieux connaître ses clients pour mieux les fidéliser
- Maîtriser l'information pour une meilleure fidélisation