

R5.BDMRC.13 Marketing des services

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Identifier les spécificités du marketing des services
- Maîtriser les fondamentaux de l'expérience client, de sa mesure et de la recherche d'optimisation
- Apprécier les notions de co-construction de la valeur
- Maîtriser les concepts fondamentaux de la qualité
- Améliorer la qualité de service et prendre en compte la dimension organisationnelle de la qualité de service

Contenu : culture de service et gestion des incidences service

- Elaboration et suivi de feed-back des clients
- Identification des types de participation des clients
- Etude et compréhension des motifs de réclamation des clients (attribution, motivation, émotions)
- Gestion des incidents de service et des clients mécontents
- Mise en place d'une prise en charge efficace des réclamations
- Prise en compte de l'équité et de la justice organisationnelle

Objectifs

- AC35.01BDMRC | Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils , processus, communication, structure organisationnelle...)
- AC35.02BDMRC | Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue
- AC35.03BDMRC | Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation
- AC35.04BDMRC | Faire évoluer les outils de la relation client

Heures d'enseignement

TD	TD	25h
TP	TP	5h