



Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile



Télécharger



Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile

Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle

Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile

Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle

 [Télécharger](#) Gestion de la relation client 4e édition : Total ...pdf

 [Lire en ligne](#) Gestion de la relation client 4e édition : Tota ...pdf

Téléchargez et lisez en ligne Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle

479 pages

Présentation de l'éditeur

Labellisation FNEGE en 2015

Comment choisir et instaurer une relation ? Comment adapter l'organisation pour mettre en oeuvre la stratégie retenue ? Comment analyser les nombreuses données client collectées pour prendre les meilleures décisions ? Quels outils utiliser pour soutenir la stratégie relationnelle ? *Gestion de la relation client* est **le seul ouvrage francophone à offrir une synthèse des concepts et un bilan des pratiques les plus actuelles permettant d'explorer ces questions essentielles.**

Tout en conservant les caractéristiques qui ont fait son succès, *Gestion de la relation client, 4e édition* offre **la plus importante mise à jour jamais opérée depuis sa première édition :**

- **Trois chapitres nouveaux.** Le chapitre 3 analyse en quoi, au-delà de la relation réciproque entre un prestataire et son client, c'est l'intégralité des parties prenantes d'un écosystème qu'il convient de prendre en considération dans la relation client. Le chapitre 10 développe la contribution des réseaux sociaux aux dispositifs relationnels de l'entreprise. Le chapitre 11 étudie les outils de la relation client appuyés sur les technologies mobiles, et leurs enjeux (géolocalisation, relation *one-to-one*, etc.).
 - **Le rôle des Big data** et des modèles prédictifs dans la personnalisation d'une offre et le développement d'une intelligence client, les derniers développements dans l'élaboration des approches omnicanal et des sites web relationnels, les réseaux sociaux et leur impact dans les interactions et la modification de l'expérience client, etc.
 - **100 encadrés illustratifs actualisés ou remplacés par des exemples récents ou les dernières recherches académiques.**
 - **15 études de cas dont 10 entièrement nouvelles :** Foot Locker Inc. et sa stratégie sur les médias sociaux, Abercrombie and Fitch et sa ritualisation du parcours client, 3M ou la combinaison de l'innovation et de l'orientation client au service de la performance, etc. Biographie de l'auteur
- Ed Peelen** est professeur de marketing à l'université de Nyenrode aux Pays-Bas (*Center for Marketing & Supply Chain Management*) où il enseigne le marketing direct, le CRM et le marketing. C'est l'un des meilleurs spécialistes du CRM et l'un des auteurs les plus connus dans ce domaine. Formateur et consultant, il a écrit plus de 15 ouvrages et de nombreux articles académiques.

Frédéric Jallat est professeur à ESCP Europe où il enseigne les stratégies de rupture, le management des activités de service et le marketing relationnel. Docteur ès sciences de gestion, diplômé de l'ESSEC (*Ph.D*) et de New York University (*ITP*), il est membre du conseil d'administration de l'AFM et membre du comité de rédaction du *Journal of Relationship Marketing*. Auteur de plusieurs articles sur le marketing relationnel et le CRM, il est également professeur visitant dans de nombreuses institutions internationales et consultant.

Éric Stevens est directeur de la Recherche et professeur à l'ESSCA École de Management. Docteur de l'université de Newcastle (Royaume-Uni), il publie régulièrement sur le thème du CRM et de l'innovation dans le domaine des services (*Journal of Business Research, European Journal of Marketing, European Journal of Innovation Management, International Journal of Bank Marketing, etc.*). Il intervient également comme consultant sur les sujets du CRM et de l'innovation.

Pierre Volle est professeur de marketing à l'Université Paris-Dauphine, où il a créé le Center for Customer Management. Docteur en sciences de gestion (Université Paris-Dauphine et ESSEC), il est membre de DRM (Dauphine Recherche en Management), unité mixte du CNRS, où il dirige plusieurs thèses de doctorat dans le domaine du marketing client. Il est actuellement président de l'AFM.

Download and Read Online Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle #JMX846T9P5U

Lire Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle pour ebook en ligneGestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle à lire en ligne.Online Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle ebook Téléchargement PDFGestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle DocGestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle MobipocketGestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile par Ed Peelen, Frédéric Jallat, Eric Stevens, Pierre Volle EPub

JMX846T9P5UJMX846T9P5UJMX846T9P5U