

# La relation de clientèle

## Infos pratiques

- ECTS : 1.5
- Nombre d'heures : 15.0
- Langue(s) d'enseignement : Français
- Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- Méthodes d'enseignement : En présence
- Forme d'enseignement : Cours magistral
- Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- Campus : Campus de Nanterre
- Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Présentation

La gestion de la relation avec la clientèle couvre l'ensemble des techniques qui visent à capter puis à fidéliser les clients.

Pour les professionnels de l'immobilier il s'agit d'une part de mettre en oeuvre des techniques qui leur permettent de signer des mandats de vente ou des mandats de recherche et d'autre part de capter et de fidéliser une clientèle de propriétaires qui veulent confier la gestion de leurs biens à un tiers.

La numérisation de l'économie fait :

- que les clients des professionnels de l'immobilier disposent d'une masse d'informations, pertinentes ou moins à laquelle elle n'avait pas accès auparavant, mais qui modifie leurs rapports.
- que les professionnels de l'immobilier peuvent s'emparer de l'outil numérique comme technique de captation et de fidélisation de leur clients.

Le cours couvre donc l'ensemble des techniques pour capter et fidéliser la clientèle en y intégrant les évolutions socio-économiques qui transforment les besoins et les attentes des clients et la numérisation des processus.

## Objectifs

L'objectif du cours est de faire prendre conscience de l'importance de la gestion de la relation client et que celle-ci est bousculée par les évolutions socio-économiques et la numérisation de l'économie

## Évaluation

Une épreuve écrite de deux heures (cas pratique, QCM, sujet de réflexion)

## Pré-requis nécessaires

Aucun prérequis n'est nécessaire

## Compétences visées

- Recueillir l'avis et les remarques d'un client
- Définir une stratégie de fidélisation
- Améliorer une procédure qualité
- Proposer des axes d'évolution
- Réaliser un suivi d'activité
- concevoir des supports d'information et de communication

## Examens

contrôle continu