MANAGEMENT, SCIENCES DE GESTION ET NUMÉRIQUE · TERMINALE STMG

Relation client et communication des organisations



7 notions, l'essentiel à retenir et les pièges à éviter.

1 Consommateur et usager

- Consommateur, client, prospect ; usager : utilise un service public.
- Besoins (Maslow), motivations hédonistes, oblatives, d'auto-expression ; freins : prix, risque perçu.
- Attitude : cognitive, affective, conative.

2 Processus d'achat

- Besoin, recherche d'information, évaluation, décision, comportement après l'achat.
- À chaque étape, l'organisation agit : informer, rassurer, lever les freins, fidéliser.

3 Relation client digitalisée

- GRC (CRM) : centraliser les données pour segmenter, personnaliser, fidéliser ; limites : coût, qualité des données, RGPD.
- Interactivité : avis, messagerie, réseaux sociaux.
- Traces numériques volontaires ou involontaires, collecte encadrée par le RGPD et contrôlée par la CNIL.

4 Administration électronique

- Démarches en ligne : rapidité, accès permanent ; limite : fracture numérique.
- Loi du 17 juillet 1978 : toute personne peut obtenir un document administratif achevé, sans motiver sa demande, sauf exceptions.
- En cas de refus, saisine obligatoire de la CADA avant le juge administratif.

5 Communication

- Interne : descendante, ascendante, horizontale. Externe : commerciale (produits) ou institutionnelle (organisation).
- Stratégie : objectif, cible, message, supports médias ou hors médias, budget, évaluation.
- Globale : une même identité partout ; intégrée : des supports coordonnés.

6 Identité et finances

- Identité numérique : ce que l'on montre ; e-réputation : ce que les autres disent ; marque employeur : image auprès des salariés et candidats.
- Communication financière fondée sur des comptes normalisés (PCG, IFRS) ; plan d'affaires pour convaincre des financeurs.

Pièges à éviter

- Confondre communication institutionnelle et commerciale.
- Inverser ascendante (vers la direction) et descendante (vers les salariés).
- Croire qu'il faut justifier une demande de document administratif.
- Choisir un support avant d'avoir défini la cible et le message.
- Présenter un outil de GRC sans ses limites : coût, données, RGPD.