



<b>Pilotage de la stratégie muticanal</b>	<p><b>Stratégie relationnelle, stratégie de déport entre canaux, modélisation économique, ...</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Performance économique et commerciale</li> <li>→ Trajectoire de transformation</li> <li>→ Allocation des ressources et investissements</li> </ul> <p><b>Business Plan Multicanal / TdB Trajectoire multicanal</b></p>
<b>Pilotage de la prise en charge client</b>	<p><b>Contribution des parcours Client à la performance de la relation client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Client : qualité perçue, irritants, amplificateur</li> <li>→ Entreprise : efficience, qualité voulue, différenciation, performance commerciale</li> <li>→ Relation : maturité FO, pratiques, management, ...</li> </ul> <p><b>Tableau de bord de la performance des parcours</b></p>
<b>Pilotage des canaux</b>	<p><b>Efficacité des canaux de relation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Efficacité opérationnelle par canal (accessibilité, productivité, qualité produite, taux de transformation, QOS,...)</li> <li>→ Cohérence des canaux</li> <li>→ Allocation fine des ressources, gestion des compétences</li> </ul> <p><b>Outils spécifiques de pilotage des canaux</b></p>