



2001 : CRM odyssey

Semaine du Customer Relationship Management

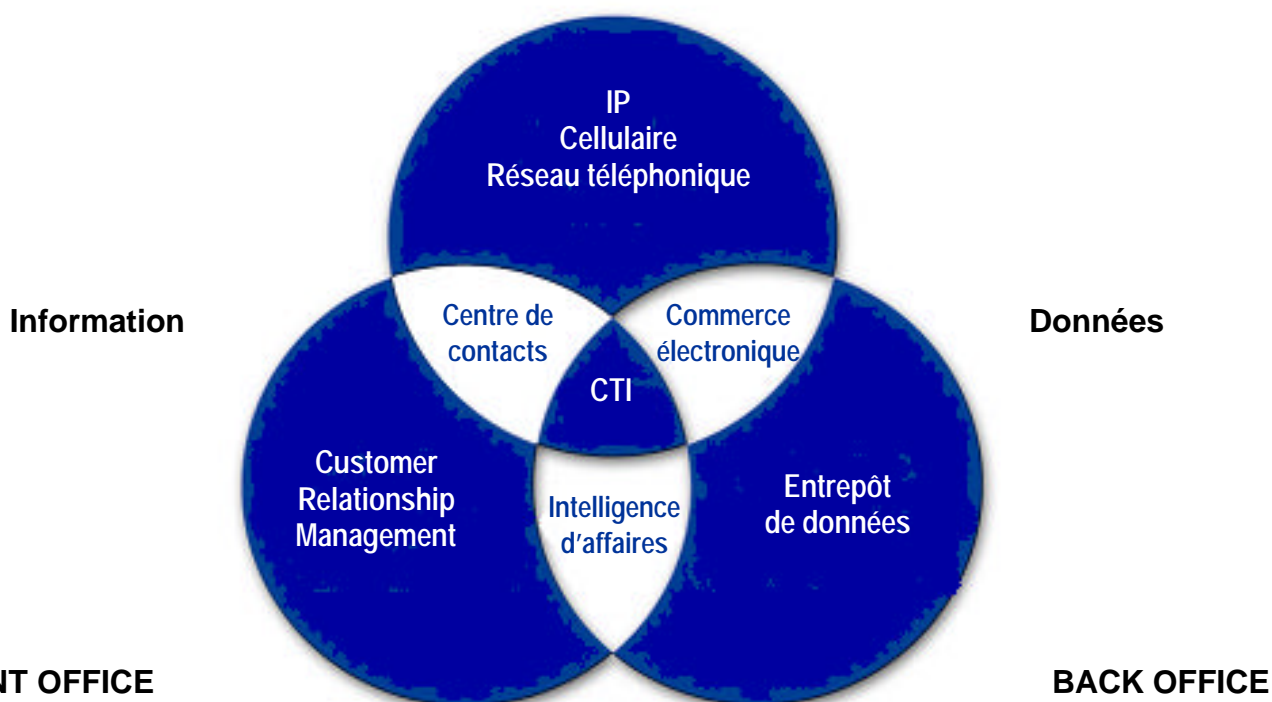
Du 1^{er} au 5 octobre 2001, Place Bonaventure, à Montréal

POURQUOI ? COMMENT ?

*Le CRM peut avoir un effet de levier de 15% sur les ventes
alors que le retour sur investissement est inférieur à un an.*

*Or, miracle ou migraine, à peine 30% des projets de CRM
obtiennent de tels résultats.*

Télécom



STRATÉGIE – MÉTHODOLOGIE – TECHNOLOGIE
Marketing - Ventes - Service

CRM odyssey Inc. en collaboration avec Martin International organisent conjointement une semaine consacrée au CRM. Cet événement, une première au Québec, concentre au même endroit et au même moment le Forum CRM, un colloque de contenu, et le Pavillon CRM, un salon d'exposition qui coïncide avec le MIM 2001.

INFORMATION

www.crmodyssey.com

Forum

CRM odyssey

Un incontournable !

Selon Gartner Group, 4% des entreprises américaines avaient pris le virage CRM en 1999 alors qu'il prévoit qu'il y en aura 60% en 2004.

Une stratégie gagnante !

Le CRM est une stratégie d'entreprise qui vise à en augmenter la valeur pour ses actionnaires. Elle consiste à identifier, à retenir et à développer les clients les plus profitables et à en acquérir de nouveaux.

Qui doit y assister ?

- Les dirigeants d'entreprise afin de démystifier le CRM et assumer leur leadership dans la vision.
- Les cadres responsables du marketing, des ventes, du service et de l'informatique afin d'assurer le succès de leur projet CRM.
- Les consultants en gestion et en informatique afin de bonifier leur offre et d'améliorer la performance de leur pratique CRM.
- Les représentants et les chargés de projets de fournisseurs de solutions CRM afin de mieux justifier la valeur de leurs propositions à leurs clients et d'en réaliser la promesse.

Pourquoi y participer ?

- Venez chercher des réponses à des questions essentielles et posez vos propres questions existentielles. Obtenez l'heure juste et pas juste l'heure!
- Un point de vue intégrant centres de contacts et commerce électronique. Pas de « Sales Pitch » : y assister, c'est s'approprier le CRM!
- Une activité de contenu signifiant, un passage incontournable sur la route du CRM, les meilleures pratiques et les pièges à éviter pour gagner un temps précieux!

CRM ou GRC... ?

Nous utilisons l'expression « Customer Relationship Management » et l'acronyme CRM, plutôt que l'expression française « Gestion de la relation client », afin d'éviter toute confusion avec la GRC...

PROGRAMME DE LA SEMAINE

Un menu à la carte :

- **1 session de formation intensive en stratégie CRM.**
Apprivoisez une méthodologie de déploiement de stratégie CRM dans les entreprises dont les témoignages parlent d'eux-mêmes.
- **9 panels réunissant plus de 35 experts autour de 3 thèmes majeurs : applications, convergence et pratique CRM.**
Venez écouter les réponses à des questions cruciales auxquelles vous serez confrontés tôt ou tard.
- **3 ateliers de travail collaboratif en gestion des ventes, de projet et des connaissances.**
Venez échanger avec des communautés de pratique qui sont la référence dans leurs sphères respectives.
- **Des dizaines d'exposants, des fabricants de technologie CRM et de convergence ainsi que des fournisseurs de services professionnels et de solutions à valeur ajoutée.**

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
Session de formation		Panels d'experts		
<i>Vision exécutive</i>	<i>Étude de faisabilité</i>	<i>Applications CRM</i>	<i>Convergence CRM</i>	<i>Pratique CRM</i>
		Ventes et marketing	Entreposage de données	Gestion
		Service et support	Centre de contacts	Formation
		Suites ERP-CRM	Commerce électronique	Optimisation
Pause midi				
<i>Analyse stratégique</i>	<i>Gestion de projets</i>	Ateliers de travail collaboratif		
	<i>Knowledge Intelligence</i>	<i>Gestion des ventes</i>	<i>Gestion de projet</i>	<i>Gestion des connaissances</i>
EXPOSITION				

- **Une occasion unique de faire le tour de la question du CRM : un colloque, le Forum CRM, et une exposition, le Pavillon CRM, au même endroit et au même moment, Place Bonaventure, du 1^{er} au 5 octobre 2001.**
- **Une perspective à 360 degrés des différents canaux de commercialisation : points de vente, représentants, centres d'appels maintenant de contacts, commerce électronique.**
- **Une largeur de vue, toute en nuances, couvrant les divers processus d'affaires : B2B (Business to Business), B2C (Consumer), B2D (Distributor) et leurs combinaisons de saveurs.**
- **Une profondeur de champ qui aligne en synergie d'abord la gestion stratégique, ensuite le marketing, mais surtout les ventes, et enfin la technologie qui est sensée les supporter.**

Témoignages

Des participants qui ont suivi cette session de formation:

« Le meilleur cours suivi depuis les 10 dernières années. Bravo. Right on target ! »
Jean-Pierre Loranger, Bell Canada

« Enfin, une formation indépendante d'une solution. »
Philippe Durocher, Raymond Chabot Grant ThomTon

« Présentation complète du CRM couvrant le côté business et la technologie. »
Jean-Marc Chabodard, consultant

« L'animateur – très doué – sympathique. Présente très bien les sujets. C'est vraiment épatant. »
Gaëtan Létourneau, Groupe CGI

« C'est un cours enrichissant et captivant. »
Liette Labrie, La Capitale, ass. gén. Inc.

« C'est une vue globale et complète du cycle de développement d'une vision CRM dans une organisation »
Denis Cossette, CSST

« La structure du cours facilite de beaucoup l'apprentissage vue le grand volume de matière à absorber. »
François Naud, Groupe CGI

« Approche systémique, mix de stratégie (soft) et de technologies (hard). »
Carole Lachance, Groupe Réjean Dancause

« Tour d'horizon complet sur les différents aspects entourant le CRM et le CTI. »
Robert Charbonneau, DTI Télécom

« Facile à comprendre. Le CRM est maintenant beaucoup plus clair pour ma part. »
Josée Morin, Shirmax Fashions Ltd.

« Intégration des concepts et de la méthodologie »
Luc St-Pierre, Gaz Métropolitain

« Le survol et le cheminement logique. Beaucoup d'exemples. Beaucoup d'humour ! »
Antoinette Chan, Roche Diagnostics

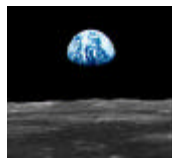
« Très bonne approche générale, très instructif. »
Hassen Ali-Cherif, ATG

« Le formateur – excellent orateur, riche en expérience, maîtrise parfaitement le sujet, très vivant et intéressant. »
Frédérique Laroche, SAP Canada

« It is always a pleasure to listen to people who know what they are talking about, have something to say, and enjoy saying it. »
David Rittenhouse, Bishop's University

Session de formation en stratégie CRM

Lundi 1^{er} octobre, 9h à 16h30



1^{ère} étape VISION EXÉCUTIVE

- 1. HORIZON**
Définition, Statistiques, Historique et perspectives, Structure de l'industrie, Bénéfices, Croissance des ventes
- 2. STRATÉGIE**
Pyramide de valeur, Critères d'évaluation, Quadrant de stratégie, Rétention, Développement des clients, Acquisition de nouveaux, Règles
- 3. TECHNOLOGIE**
Architecture, Applications CRM, Fonctions Internet, CTI, Convergence technologique (CRM – e-business, CRM – CTI, e-business – CTI)
- 4. MÉTHODOLOGIE**
Processus, Vision exécutive, Analyse stratégique, Étude de faisabilité, Gestion de projet, Knowledge Intelligence
- 5. CONCLUSION**



2^e étape ANALYSE STRATÉGIQUE

- 1. SEGMENTATION**
Processus d'affaires et publics, Canaux de commercialisation, Auditoires et segments, Caractéristiques de base, Nomenclature de besoins, Sources
- 2. VALEUR DES CLIENTS**
Pyramide de valeur, Distribution normale, Granulation, Répartition 20-80, Analyse en décile, Valeur à vie du client, Critères d'évaluation
- 3. ENJEU DE LOYAUTÉ**
Distinction, Satisfaction, Données sur la rétention, Impact, Mesure de la loyauté, Quadrant de stratégie, Bénéfices
- 4. GESTION DE LA VALEUR**
Approche, Obstacles, Démarche, Avantages compétitifs, Développement des clients, Acquisition, Bénéfices
- 5. RÉINGÉNIERIE**
Personnalisation un à un, Connaissance de la situation, Motifs d'interaction, Règles de relation, Consistance entre les canaux

Mardi 2 octobre, 9h à 16h30



3^e étape ÉTUDE DE FAISABILITÉ

- 1. DIAGNOSTIC TECHNOLOGIQUE**
Réseaux, Parc informatique, Télécom, Back, Front, CTI et WEB-Office, Entreposage des données
- 2. ANALYSE DES BESOINS**
Applications CRM (Ventes, Marketing, Service), Communication CTI, e-CRM et e-CTI, Mobilité, Intégration Back-Office
- 3. ALTERNATIVES**
Orientation N-Tier, Avenues possibles, Implantation interne, Hébergement en mode ASP, Évaluation de fabricants
- 4. RAPPORT COÛTS-BÉNÉFICES**
Coûts, Bénéfices, Exceptions
- 5. « BUSINESS CASE »**
Présentation, Opportunité, Retour sur investissement (ROI), Risques



4^e étape GESTION DE PROJET

- 1. CONTEXTE**
Global, Implantation, Spécifique, Partner Relationship Management, Citizen Relationship Management
- 2. CHANGEMENT**
Initiation, Vision, Communication, Victoire, Montée, Normalité
- 3. FORMATION**
Curriculum, Méthodologie, Design, Post formation



5^e étape KNOWLEDGE INTELLIGENCE

- 1. INTELLIGENCE D'AFFAIRES**
Rapports, Tableau de bord, Forage
- 2. VEILLE STRATÉGIQUE**
Champs de veille, Processus de veille, Structure, Sources et outils
- 3. GESTION DE CONNAISSANCES**
Concepts, Processus, Applications et bénéfices

Mercredi, 3 oct., 9h à 12h

Applications CRM

9h VENTES ET MARKETING

Quelles sont les conditions objectives d'une implantation CRM réussie par rapport aux enjeux stratégiques de la commercialisation ?

Yves Legault, RPGV

Quelles sont les différences entre un système d'automatisation de la force de vente pour les processus d'affaires B2B et B2C ?

Mathieu Sabourin, Proximi-T

Quelles sont les conditions pour implanter rondement un système d'automatisation des ventes ?

Laurent Champagne, CRM Solutions

Quelles sont les activités permettant d'optimiser la performance du CRM dans les ventes ?

Rob Douglas, Siebel

10h SERVICE ET SUPPORT

A quelles conditions l'accès aux bases de connaissances en libre service sur Internet permet-il vraiment de désengorger le service ?

Richard Turgeon, Delphes Tech.

Quels sont les avantages véritables de la synchronisation des affichages lors du transfert d'appel ?

Jean-Guy Savoie, Décisif Solutions

En quoi la technologie est-elle incontournable pour assurer la qualité de service à la clientèle ?

Yvan Bruneau, Deloitte Consulting

Quels sont les indices de mesure de la performance permettant de réaliser le benchmarking d'un centre de service ?

Mario Turcotte, AGTI

11h SUITES ERP-CRM

Quels sont les points d'ancrage ou d'intégration fondamentale entre les applications CRM et ERP ?

Pascal Nass, SAP Canada

Par quel dédale les commandes en provenance d'Internet doivent-elles passer pour aboutir dans la comptabilité ?

Jean-Yves Aubé, Strophe

Comment peut-on implanter progressivement une solution intégrée ERP-CRM ?

Alain Perocheau, Oracle Canada

Quelles sont les problèmes que pose l'intégration entre le Front et Back Office ?

Johanne Duhaime, Cognicase

Jeudi, 4 oct., 9h à 12h

Convergence CRM

9h ENTREPOSAGE DE DONNÉES

Quels sont les principales difficultés rencontrées lors de la constitution d'un entrepôt de données ?

Daniel Giguère, Synapse Gestion Conseil

Quels sont les pièges à éviter lors de l'intégration de données en provenance de plusieurs bases ?

Jean-Michel Roy, Inixia Technologies

Y a-t-il des alternatives technologiques à la mise sur pied d'un entrepôt de données ?

Pierre Fournier, Consyst SQL

Quel est l'état de la législation à l'égard de la protection des renseignements personnels dans l'entreprise privée ?

Martin Dubois, Bernier Beaudry Avocats

10h CENTRE DE CONTACTS

Quelles sont les défis que pose la migration d'un centre d'appels à un centre de contacts ?

Pierre-Marc Jasmin, Services Triad

Quelles sont les stratégies de gestion des différents canaux de commercialisation afin de prioriser les clients les plus profitables ?

Yves Simard, Bell Canada

Que faut-il pour rentabiliser les coûts liés au service à la clientèle WEB tout en améliorant le service ?

Alain Thibault, Nomino Technologies

Quelles sont les raisons qui font en sorte que la majorité des initiatives CRM entreprises à ce jour ont échouées ?

Martin Bérubé, Groupe LGS

11h COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Comment une Newsletter par courrier électronique constitue-t-elle un puissant levier pour stimuler la fréquentation sur un site ?

Pascale Guay, RepSolution

A quel point l'analyse du trafic sur un site permet d'en optimiser le rendement ?

Loïc Guillard, Marigny Solutions Internet

Comment choisir le ou les modes d'assistance en ligne les plus adéquats pour son site WEB ?

Allain Lagardic, Concept Marketing Interactif

Jusqu'où et à quel prix pouvons-nous personnaliser notre site web pour chacun de nos clients profitables ?

Hicham Jellab, Le Groupe Syspark

Vendredi, 5 oct., 9h à 12h

Pratique CRM

9h GESTION

Pourquoi les scénarios de comportement des clients renouvellent le marketing et même le CRM ?

Réjean Dancause, Groupe Réjean Dancause

Si la résistance au changement est inéluctable, alors comment la gérer ?

Claude Emond, CCDI

Quelles différences doit-on faire entre les processus d'affaires et les règles de relation ?

Gaëtan Létourneau, Groupe CGI

Comment peut-on raisonnablement évaluer le ROI d'un projet de CRM ?

Philippe Durocher, Raymond Chabot Grant Thornton

10h FORMATION

Pourquoi la formation constitue-t-elle une condition essentielle pour assurer le succès d'un projet CRM ?

Robert Paré, Solutions Mindspace - IBM

Quels sont les similitudes entre le CRM et le e-learning, entre la relation-client et la relation-apprenant ?

France Drolet, OnX

A quelles conditions le e-learning constitue-t-il une stratégie d'apprentissage efficace ?

Alain Lafrance, Multimax

Dans quelle mesure les environnements mixtes sont les seuls à même de couvrir l'ensemble des besoins de formation CRM ?

Marc-André Morency, TMI-MultiHexa

11h OPTIMISATION

L'accès aux données en temps réel sur un tableau de bord en vaut-il vraiment la peine ?

France Sénécal, Merkurium

Comment le forage de données peut-il nous révéler un filon d'or inconnu parmi nos clients ?

Joanne Bouchard, Speedware

Quelle est la principale difficulté que pose la veille stratégique ou l'espionnage industriel dit d'une façon politiquement correct ?

Michel Cartier, professeur UQAM

En quoi le CRM est-il le catalyseur de la gestion des connaissances ou du «Knowledge Management» ?

Joël Muzard, Applied Intelligence

Ateliers de travail collaboratif

Mercredi 3 oct., 13h30 à 16h30

Gestion des ventes



**Regroupement professionnel
des gestionnaires de ventes Inc.**

Depuis deux ans déjà, le RPGV offre en exclusivité aux gestionnaires de ventes la possibilité d'acquiescer une expertise spécialisée en gestion contemporaine de la vente. La nouvelle économie orientée clients exige en effet que chaque entreprise contemporaine appuie ses décisions d'affaires sur le leadership des dirigeants possédant l'expertise du client. Le RPGV par des cours, des ateliers, des services-conseils en entreprises et un réseautage de haut niveau, facilite, pour les gestionnaires de la vente, une adaptation rapide aux exigences de cette nouvelle économie et leur permet de relever les plus grands défis corporatifs en assumant le rôle stratégique qui leur revient.

C'est dans cette optique qu'Yves Legault, Président-fondateur du RPGV, animera cet atelier.

Programme de l'atelier :

13h30 – 13h45 : Accueil

13h45 – 14h45 : PROSPECTIVE

« Les clientèles de demain : les groupes d'intérêt. Et si les clientèles de demain n'étaient pas celles d'aujourd'hui? » par Michel Cartier, professeur UQAM

14h45 – 15h00 : Pause

15h00 – 15h40 : DROIT DE PAROLE

Tour de table permettant aux participants de formuler le principal défi auquel ils seront bientôt confrontés.

15h40 – 16h25 : ENJEUX

Échange sur les trois thèmes les plus fréquemment énoncés.

16h25 – 16h30 : Conclusion

Cet atelier vous offrira une belle occasion d'exprimer vos préoccupations actuelles, par une approche dynamique et participative qui est à l'image du RPGV.

Jeudi 4 oct., 13h30 à 16h30

Gestion de projet



Cabinet Conseil Développement Inc.

Le CRM représente la deuxième vague majeure du déploiement des technologies de l'information dans l'entreprise moderne. La première vague, celle des systèmes ERP (Enterprise Resource Planning), très tournée vers les processus internes de productivité, a permis aux entreprises de réaliser, sans trop d'impact négatif direct sur leur clientèle, que ces projets étaient des projets stratégiques changeant l'organisation à tous les niveaux. Ces changements organisationnels importants, lorsque mal gérés, ont eu un impact direct sur les bénéfices de l'entreprise. Ceci est encore plus vrai des projets CRM, puisqu'ils affectent directement la relation client. Les changements organisationnels requis doivent donc être réussis du premier coup pour que les entreprises profitent vraiment des fruits de ces investissements.

L'objectif de cet atelier est de présenter les enjeux stratégiques des projets TI, expliquer comment mettre en place les changements organisationnels requis, et enfin présenter les éléments d'un plan d'action par phase qui vous permettra de réussir l'intégration d'un système CRM dans votre organisation et d'en bénéficier immédiatement.

Programme de l'atelier :

13h30 – 13h45 : Accueil

13h45 – 14h30 : Les enjeux stratégiques et organisationnels des projets TI

14h30 – 15h00 : La gestion des changements organisationnels

15h00 – 15h15 : Pause

15h00 – 16h15 : Gestion par phase d'un projet CRM et intégration aux opérations courantes

16h15 – 16h30 : Conclusion

L'atelier sera animé par Claude Emond, ing., MEng, MBA, rmc, PMP, Vice président chez CDDI, une firme spécialisée en management par projet, qui assiste depuis plus de 12 ans ses clients à profiter des fruits de leurs projets stratégiques.

Vendredi 5 oct., 13h30 à 16h30

Gestion des connaissances



**Knowledge Management - Gestion
des connaissances – Montréal**

De par les possibilités des technologies de l'information, de collaboration, de coopération et de réseaux, le « Knowledge Management » s'articule pour transformer en intelligence collective les savoir-faire, l'expérience personnelle, et les liens qui se tissent entre divers acteurs.

KM-GC-MONTREAL est un réseau-laboratoire de professionnels et chercheurs intéressés, entre autres, par l'acquisition, la structuration et le partage des connaissances dans les organisations ; par les méthodes et outils favorisant le développement du capital intellectuel; la gestion des travailleurs intellectuels et le développement de la mémoire organisationnelle.

L'objectif de cet atelier est de présenter la gestion des connaissances sous l'angle des perspectives et des questions actuelles.

Programme de l'atelier :

13h30 – 14h15 : Accueil

Pourquoi le KM ?

14h15 – 15h00 : Nouvelles formes de travail et le Knowledge Management

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 15h45 : Devenir Knowledge Manager

15h45 – 16h15 : Knowledge-Café : lieu d'échanges

16h15 – 16h30 : Conclusion

La gestion du capital intellectuel est un domaine qui fait appel à la créativité et à l'intelligence des personnes, à de nouvelles méthodes de gestion, à de nouvelles technologies de l'information, et à de nouvelles façons de concevoir l'organisation post-industrielle dans la nouvelle économie du savoir.

Animation

FORMULE

Alors que la session de formation correspond à un séminaire magistral dans le sens classique du terme, les panels d'experts se veulent quant à eux beaucoup plus dynamiques. En effet, chacun des panellistes dispose d'environ 7 minutes pour répondre à une question qui lui a été préalablement soumise. Un effort d'analyse, de synthèse et de concision leur sont demandés. A la fin des présentations, les participants sont invités à soumettre leurs questions.

La programmation des ateliers de travail a été élaborée par chacun des organismes concernés. Ce sont eux qui assurent l'animation de leurs activités suivant la démarche propre à chacun. Ces ateliers ne sont pas réservés à leurs membres mais sont ouverts au public invité à partager leur expertise et à joindre leur communauté d'intérêt.

ANIMATEUR

Michel Dionne



Michel Dionne est diplômé en administration de l'École des Hautes Études Commerciales de Montréal. Il est l'auteur de deux livres publiés aux Éditions Vermette : *La télématique* et *L'audiotex*. Il a conçu et animé une série de cours télévisés d'initiation à Internet diffusés à TéléQuébec et sur le Canal Savoir ainsi qu'une émission sur le CRM.

Pendant près de 15 ans, il a été président du conseil d'administration et chef de la direction du Groupe Cerveau, un développeur de logiciel CTI. Rompu à la réalité des affaires, il est préoccupé par la cohérence des moyens qui mènent à l'objectif poursuivi. Communicateur hors-pair, il captive son auditoire tant par ses propos imagés que par la logique qui sous-tend son discours.

Auparavant, il avait travaillé 5 ans comme consultant en marketing et en communication. Maintenant, il partage son temps entre l'éducation de ses enfants et de la formation stratégique en CRM, laquelle combine les champs d'expertise qu'il a accumulés tout au long de sa carrière.

Ressources

DOCUMENTATION



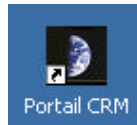
Chacune des présentations est filmée afin d'être diffusée, en « *streaming video* », sur le portail CRM www.crmodyssey.com, à la rubrique : *TV-videos*.



La documentation textuelle et graphique est archivée à la rubrique *Documentation* sur le même portail en format PDF afin de pouvoir être téléchargée. La reproduction de la documentation est autorisée avec mention de la source.

Des documents connexes sont également rendus disponibles par certains panellistes afin d'approfondir le sujet. Une description de leur organisation est fournie accompagnée d'un hyperlien qui mène au site WEBeb de leur entreprise.

La documentation du portail comprend également un glossaire français couvrant la terminologie du CRM de même qu'une collection de textes classés suivant les étapes abordées lors de la formation en stratégie CRM, lundi et mardi, 1^{er} et 2 octobre 2001.



FORUM VIRTUEL

Les questions soulevées et les échanges amorcés lors des panels vont pouvoir se poursuivre après la semaine du CRM. En effet, un forum de discussion sur le portail CRM odyssey va permettre aux experts autant qu'aux participants de continuer le débat.

Dans ce forum, les participants qui adressent des messages deviennent dans les faits eux-mêmes panellistes, apportant ainsi leur contribution à la réflexion. Plusieurs journalistes parmi les média partenaires vont suivre ce forum qui représente à la fois une source d'information et d'inspiration pour des dossiers et des entrevues.

Partenaires



Le RPGV est un regroupement réservé exclusivement aux gestionnaires des équipes de ventes. Il propose un accès privilégié à la meilleure expertise spécialisée en gestion des forces de ventes et soutient de façon continue les dirigeants de la vente. Notre mission : parfaire et compléter les pratiques de gestion en vue de garantir les meilleurs résultats financiers.



La réussite de vos projets est à la mesure de votre détermination et essentielle à votre succès dans un monde fait d'opportunités à saisir et de projets à réussir. CCDI regroupe uniquement des spécialistes de la gestion de projet, ce qui lui permet d'offrir depuis plus de 12 ans une gamme complète de services en management par projet. CCDI aide ses clients à choisir les bons projets, à les réaliser avec succès et à en maximiser les bénéfices, trois des clés du succès de toute entreprise désireuse d'occuper une place dominante dans son marché.



KM-GC-MONTREAL est un réseau-lab de professionnels et chercheurs intéressés par le développement du Capital Intellectuel et la Gestion du Savoir-Faire des organisations de la grande région de Montréal (Québec, Canada). KM-GC-MONTREAL vise à promouvoir des standards de qualité en formation, services et systèmes de gestion des connaissances.

CRM odyssey Inc.

CRM odyssey Inc. est une entreprise de « Knowledge Intelligence » qui a mis au point une méthodologie de stratégie CRM et qui offre des services de conférences et de formation en CRM. Sa méthodologie repose sur un processus dynamique d'amélioration continue en 5 étapes telles que décrites dans la session de formation.

Pavillon CRM odyssey



Le Pavillon CRM coïncide avec MIM 2001, le Marché International du Multimédia qui ouvre ses portes à partir de mercredi le 3 octobre jusqu'au vendredi 5 octobre de 10h à 19h sauf le vendredi où il se termine à 18h. Il regroupe sous un même toit des fabricants de logiciels de CRM et de technologies périphériques ainsi qu'une gamme de fournisseurs de services, consultants et intégrateurs.

Vous pouvez ainsi faire le tour des intervenants de l'industrie du CRM au Québec, réunis pour vous au même endroit et au même moment. A chaque heure, il y a des démonstrations de performance présentées dans un laboratoire de solutions. De plus, des conseils professionnels sont prodigués aux visiteurs dans une clinique du CRM.

Pour exposer ou commander des activités, communiquez avec Martin International

Martin International
500, Place d'Armes
Bureau 2910
Montréal (Québec)
Canada H2Y 2W2
Tél : (514) 288-3931
Fax : (514) 288-0641
info@martin-intl.com



A SUIVRE...

Émission sur le CRM



Émission sur le CRM diffusée sur le Canal Savoir de télévision éducative, câble 18 ou 26 à Montréal. Consultez le portail CRM www.crmodyyssey.com pour connaître l'horaire de diffusion.

Portail sur le CRM



CRModyyssey.com c'est le portail du Customer Relationship Management. C'est un carrefour incontournable pour aborder et faire le tour de la question du CRM : nouvelles, documentation, ressources, bottin, forum, carrière et Newsletter mensuelle à laquelle on peut s'inscrire sans frais.

Répertoire sur le CRM



Lors de la Semaine du CRM, les Éditions Info-Pressé publie le premier Répertoire de ressources sur le CRM au Québec. Plus de 400 organismes y sont présentés. Pour information et publicité, communiquez avec Florence Chocot, Info-Pressé au 514-842-5873, poste 229.

Couverture médiatique

Certains périodiques spécialisés vont couvrir les panels. En fait, un journaliste est attiré à chacune des journées thématiques.

Applications CRM



Convergence CRM



Pratique CRM



Télé-diffusion

La prise de vue ainsi que le mixage en ligne des diapositives (MS-PowerPoint) des panélistes sont réalisés par le Service de développement des produits de formation de l'Institut Teccart.

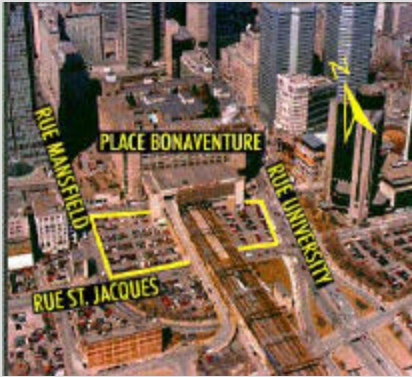


Suite à la Semaine du CRM, chacun des panels, soit un total de 9, sera mis en onde sur le Canal Savoir. On syntonise le Canal Savoir à Montréal via son antenne, UHF 29, sur les réseaux de câble de Videotron (Montréal 18-26) et de Cogeco, de même qu'à la télé numérique de Bell ExpressVu (115), Look (087) et StarChoice (720).



Primeur

Lancement du livre « **2005 - odysée de la société du savoir** » du professeur Michel Cartier, vendredi le 5 octobre à midi. Une publication des Éditions d'Organisation, dans le cadre de la Semaine du CRM, en collaboration avec les Éditions Flammarion.



900, de la Gauchetière Ouest, Montréal



Station Bonaventure
Ligne orange



Train de banlieue : www.amt.qc.ca



Autocar Québec-Ontario
www.voyageur.com



Tarifs et réservation
1-888-842-7245
www.viarail.ca



1-800-361-5373
www.aircanada.ca

Hébergement



Sans frais : 1-800-445-8667
Fax : (514) 878-0028
www.hiltonmontreal.com

Tourisme



1-877-266-5687

Tarifs (Indiquez votre choix)

FORFAIT 1495.\$ + taxes = 1720\$

A **Formation + 3 panels + 3 ateliers**
1er au 5 octobre

OPTIONS (A la carte)

B **Formation seule : 895\$ + taxes = 1029\$**
Session de formation, 1er et 2 octobre

Par panel, pour 1 : 195\$ + taxes = 224\$

C Applications CRM, 3 octobre AM
D Convergence CRM, 4 octobre AM
E Pratique CRM, 5 octobre AM

Par atelier, pour 1 : 95\$ + taxes = 109\$

F Gestion des ventes, 3 octobre PM
G Gestion de projet, 4 octobre PM
H Gestion des connaissances, 5 octobre PM

Participant

Prénom : _____
Nom : _____
Fonction : _____
Entreprise : _____
Adresse : _____
Ville : _____
Code postal : _____
Téléphone : (____) _____
Télécopieur : (____) _____
Courriel : _____

Participants additionnels (Photocopier si requis)

Prénom : _____
Nom : _____
Fonction : _____
Téléphone : (____) _____
Courriel : _____
Choix (Lettres) : _____
Prénom : _____
Nom : _____
Fonction : _____
Téléphone : (____) _____
Courriel : _____
Choix (Lettres) : _____

Modalités

- Les taxes applicables sont en sus. Café et rafraîchissements inclus.
- Les frais de formation ainsi que le salaire des participants constituent des dépenses admissibles conformément aux exigences de la Loi 90.

Confirmation

- Dès la réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une confirmation.
- Le paiement complet doit nous parvenir afin de pouvoir assister à l'activité et obtenir le matériel.
- Nous nous réservons le droit d'apporter des modifications au programme sans préavis.

Annulation

- Toute annulation doit être faite par écrit au moins dix jours ouvrables avant le début de l'activité. Vous avez alors droit à un remboursement complet moins 100\$ plus taxes, soit 115\$.
- En tout temps, une autre personne peut vous remplacer. Nous aimerions en être avisé.

Paiement

- Forfait : 1495\$ + taxes = 1720\$
- Session de formation : 895\$ + taxes = 1029\$
- Par panel, pour 1 : 195\$ + taxes = 224\$
- Par atelier, pour 1 : 95\$ + taxes = 109\$

Total avant taxes : _____
Taxe fédérale 7% : _____
Sous-total : _____
Taxe provinciale 7,5% : _____
MONTANT TOTAL _____ \$

Mode de paiement

- Paiement incl. : chèque à l'ordre de CRM odyssey Inc.
- Facturez-moi : Numéro de commande : _____
(Le paiement doit nous parvenir avant le début de l'activité pour pouvoir y participer)
- Carte de crédit VISA (Un reçu vous sera remis)
- Numéro : _____
Expiration : Mois _____ Année _____
Nom sur la carte : _____
Signature : _____

Numéro de TPS : 143888444
Numéro de TVQ : 1086873431TQ0001

INFORMATION

www.crmodyyssey.com

4519, rue St-Denis,
Montréal, QC, Canada
H2J 2L4

Tél. et Fax : (514) 990-1141
Sans frais : 1-866-990-1141
Courriel : info@crmodyyssey.com