



La gestion de la relation client (abrégée GRC) est la traduction de l'anglais Customer Relation

La GRC a pour but de créer et entretenir une relation mutuellement bénéfique entre une entreprise et ses clients. Dans ce mode de relations commerciales, l'entreprise s'attache la fidélité du client en lui offrant une qualité de service qu'il ne trouverait pas ailleurs.

L'image souvent employée pour illustrer ce concept est celle de la relation entre un petit commerçant et ses clients. La fidélité de ces derniers est récompensée, car le commerçant connaît leurs attentes et est capable d'y répondre et de les anticiper (comme un boulanger qui vous met de côté une baguette cuite selon votre préférence et vous fait crédit).

La GRC recouvre une partie des concepts plus anciens de SFA pour Sales Force Automation (automatisation de la force de vente).

L'objet de la mise en œuvre d'une telle politique passe souvent, dans les entreprises de taille moyenne et importante, par la mise en place d'une solution logicielle. Le but est de rendre profitable chaque interaction entre l'entreprise et le client ; et ce lors de toutes les étapes : prospection, vente, après-vente.