

Résumé :

Avec l'orientation de plusieurs entreprises de services vers l'utilisation des techniques de marketing relationnel, les banques se trouvent obligées de suivre ces techniques. La stratégie de la gestion de la relation client (GRC) est considérée comme une stratégie essentielle dans l'interaction entre la banque et ses clients. Avec l'utilisation des techniques de l'informatique et de data mining en particulier qui permettent de l'extraction de nouvelles informations à partir des données des clients, les banques peuvent préparer de nouvelles méthodes pour gérer sa relation avec les clients pour d'atteindre leurs objectifs commerciaux.

Mots clés : Gestion de la relation client, GRC, Data mining, banque.

Abstract:

With the orientation of several service companies to use relationship marketing techniques, banks are obliged to follow these techniques. The strategy of customer relationship management (CRM) is seen as a key strategy in the interaction between the bank and its clients. With the use of computer technology and data mining in particular that allow the extraction of new information from customer data, banks can prepare new methods to manage its relationship with clients to achieve their business goals.

Keywords: Customer Relationship Management, CRM, Data mining, bank.