

Boostez la fidélité client grâce à un CRM et une stratégie e-CRM efficace

Programme de formation

Objectifs :

- Concevoir un plan marketing relationnel aligné sur le cycle de vie client et les objectifs de fidélisation.
- Exploiter les données clients et prospects pour segmenter, personnaliser et déclencher des actions marketing ciblées.
- Utiliser un CRM pour activer et automatiser des campagnes relationnelles multicanales (emails, SMS, etc.).
- Mesurer l'impact des actions e-CRM à l'aide d'indicateurs de performance et ajuster les campagnes en continu.

Durée : 3 jours soit 21 heures

Public : Responsables marketing, communication, CRM ou digital, chefs de projet e-CRM, relation client ou fidélisation, responsables e-commerce ou acquisition, commerciaux impliqués dans la gestion client, toute personne en charge de l'engagement ou de la rétention client

Prérequis :

- Aisance avec les outils bureautiques et les environnements numériques
- Connaissances de base en marketing ou en relation client recommandées
- Aucun prérequis technique sur les CRM (niveau initiation à intermédiaire)

Moyens et outils pédagogiques : Vidéoprojecteur, Paperboard ou tableau blanc, Quizz, Mises en pratique, études de cas, CRM

Nombre de formateurs : 1

Lieu et date : en présentiel ou en vidéoconférence

Coût : € 1260 HT (soit 1512 € TTC)

A l'issue de la formation chaque participant recevra un certificat de réalisation, un livret de formation, un questionnaire de satisfaction et un questionnaire de validation des acquis

AJ Consulting s'engage à rendre ses formations accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à contacter notre référent handicap pour discuter de vos besoins spécifiques.

AJ Consulting

Conseil – Audit – Formation

27 rue Jean Jaurès – 29120 Pont l'Abbé

Tél : 02 22 94 12 21

SIRET : 511 588 295 00028 – APE 6202A – NDA 53 29 10088 29 – TVA FR 515 511 588 295

Déroulé de la formation

Module 1 : Fondamentaux du marketing relationnel et du CRM (jour 1)

- Rôle du marketing relationnel dans la stratégie client
- Notions clés : fidélisation, engagement, cycle de vie client
- Présentation des outils CRM et e-CRM
- Focus : CRM vs e-CRM vs CDP
- Cas d'usage concrets (B2C, B2B)

Module 2 : Activer un plan marketing relationnel (jour 1 et 2)

- Étapes d'un plan relationnel : segmentation, contenu, canal, timing
- Typologie de campagnes relationnelles
- Atelier : cartographie du cycle de vie client + idées de campagnes
- Scénarisation marketing : automation, triggers, conditions
- Présentation d'un outil CRM (ex. HubSpot gratuit ou Brevo)
- Atelier pratique : création de campagnes relationnelles simples

Module 3 : Exploitation des données clients et prospects (jour 2)

- Typologie des données (sociodémographique, comportementale, transactionnelle)
- Collecte et centralisation dans un CRM
- Segmentation avancée : scoring, RFM, appétence
- Atelier : création de segments + interprétation de données

Module 4 : Construire une stratégie e-CRM performante (jour 3)

- Définir des objectifs et KPI e-CRM
- Sélection des canaux (email, SMS, push, etc.)
- Mesure de performance et optimisation (A/B testing, reporting)
- Outils de pilotage et tableaux de bord
- Atelier final : Mini-stratégie e-CRM à partir d'un cas pratique