

Mettre en Place le Revenue Operations (RevOps) pour Aligner Sales, Marketing et Service Client sur un Pipeline Unique

Lien : https://maroc-performance.com/formation/mettre-en-place-le-revenue-operations-revops-pour-aligner-sales-marketing-et-service-client-sur-un-pipeline-unique

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
COM105

CATÉGORIE
Customer Success, Expérience Client & Revenue Operations (RevOps)

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les principes, rôles et enjeux du Revenue Operations
- Diagnostiquer les dysfonctionnements liés aux silos entre Marketing, Sales et Service Client
- Concevoir un modèle RevOps alignant processus, données, outils et équipes
- Cartographier le Revenue Funnel de la génération du lead jusqu’à la fidélisation et l’expansion
- Construire un pipeline unique offrant une vision commune du revenu
- Harmoniser les processus de qualification, transmission et suivi des opportunités
- Définir les SLA et responsabilités entre Marketing, Sales et Service Client
- Intégrer les données clients et prospects dans une architecture CRM cohérente
- Automatiser les workflows permettant d’accélérer les cycles et réduire les tâches administratives
- Mettre en place une gouvernance efficace de la donnée commerciale et client
- Construire des KPI et dashboards communs permettant de piloter la performance
- Améliorer la fiabilité du Revenue Forecasting et des prévisions commerciales
- Identifier les leviers d’amélioration du pipeline, de la conversion, de la rétention et de l’expansion
- Élaborer une feuille de route RevOps permettant d’installer durablement une organisation orientée croissance et revenu

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Chief Revenue Officers (CRO)
- Directeurs Commerciaux et Sales Directors
- Directeurs Marketing et Marketing Directors
- Directeurs Customer Success et Customer Experience
- Revenue Operations Managers
- Sales Operations Managers
- Marketing Operations Managers
- Customer Success Operations Managers
- Sales Enablement Managers
- CRM Managers et responsables CRM
- Business Operations Managers
- Data Analysts et Revenue Analysts
- Responsables transformation digitale et processus
- Dirigeants et cadres souhaitant mettre en place une organisation RevOps intégrée et pilotée par la donnée

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du Revenue Operations

- Définir le rôle, les missions et la valeur ajoutée du RevOps
- Comprendre l’évolution d’une organisation en silos vers un modèle intégré
- Identifier les interactions entre Sales, Marketing et Service Client

2 / Diagnostiquer la maturité RevOps de l’organisation

- Analyser les processus, outils, données et responsabilités existants
- Identifier les ruptures entre Marketing, Sales et Service Client
- Évaluer les principaux freins à la croissance et à la performance

3 / Concevoir le modèle opérationnel RevOps cible

- Définir la gouvernance et les responsabilités des équipes
- Clarifier les rôles entre Sales Operations, Marketing Operations et Customer Success Operations
- Construire un modèle commun orienté revenu et expérience client

4 / Cartographier le Revenue Funnel de bout en bout

- Structurer les étapes : Lead, MQL, SQL, Opportunity, Customer et Expansion
- Définir les critères de passage d’une étape à l’autre
- Éliminer les ruptures entre génération de demande, vente et fidélisation

5 / Construire un pipeline commercial unique

Maroc Performance

- Harmoniser les définitions, étapes et statuts des opportunités
- Mettre en place des règles communes de qualification et de gestion du pipeline
- Assurer une visibilité partagée sur les revenus actuels et futurs

6 / Aligner les processus Sales et Marketing

- Définir les responsabilités dans la génération et le traitement des leads
- Mettre en place des SLA entre Marketing et Sales
- Mesurer la qualité des leads et leur contribution au pipeline

7 / Intégrer le Service Client dans la stratégie de revenu

- Connecter onboarding, adoption, renouvellement et expansion au cycle commercial
- Identifier les opportunités d’upselling et cross-selling
- Intégrer les signaux de satisfaction, risque et churn dans le pilotage RevOps

8 / Construire une architecture CRM et données unifiée

- Définir les objets, champs, règles et sources de données
- Éliminer doublons, incohérences et silos informationnels
- Mettre en place une vision 360° du prospect et du client

9 / Automatiser les workflows Revenue

- Automatiser qualification, attribution, notifications et relances
- Définir des workflows interconnectant Marketing, Sales et Service
- Réduire les tâches manuelles et améliorer la vitesse de traitement

10 / Mettre en place la gouvernance de la donnée

- Définir les règles de qualité, propriété et mise à jour des données
- Organiser les droits d’accès et niveaux de responsabilité
- Mettre en place des contrôles réguliers de qualité et de conformité

Maroc Performance

11 / Construire les KPI et dashboards RevOps

- Définir les indicateurs communs aux trois fonctions
- Suivre conversion, pipeline velocity, win rate, CAC, LTV et churn
- Construire des tableaux de bord orientés revenu et prise de décision

12 / Mettre en place le Revenue Forecasting

- Construire des prévisions de revenus fiables
- Croiser données historiques, pipeline et signaux comportementaux
- Identifier les écarts entre objectifs, prévisions et réalisations

13 / Piloter la performance et l’amélioration continue

- Identifier les goulots d’étranglement dans le Revenue Funnel
- Analyser les causes de perte, ralentissement et churn
- Mettre en place des plans d’amélioration transverses

14 / Déployer et pérenniser la démarche RevOps

- Construire une feuille de route de déploiement progressive
- Accompagner les équipes dans l’adoption du nouveau modèle opérationnel
- Installer une culture commune de pilotage par la donnée et le revenu

Maroc Performance

⚗ Approche pédagogique

- ✔ Support Ecrit et Projection
- ✔ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✔ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✔ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✔ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✔ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

23 Nov. au 04 Déc. 2026	Présentiel - Casablanca
15 au 26 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
12 au 23 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 18 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 13 Août 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance