

Réduire le Taux d'Attrition Client par l'Analyse Prédictive du Churn et les Actions de Rétention Proactives

Lien : https://maroc-performance.com/formation/reduire-le-taux-dattrition-client-par-lanalyse-predictive-du-churn-et-les-actions-de-retention-proactives

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM107

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 mécanismes du churn et leurs impacts financiers sur l’entreprise
- Identifier les principales causes et facteurs de risque d’attrition client
- Exploiter les données CRM, transactionnelles, comportementales et relationnelles
- Identifier les signaux faibles annonciateurs d’un départ client
- Comprendre les principes de l’analyse prédictive appliquée au churn
- Construire un système de scoring permettant de hiérarchiser les clients à risque
- Segmenter les clients selon leur niveau de risque, leur valeur et leur potentiel
- Concevoir des actions de rétention proactives et personnalisées
- Mesurer l’efficacité et le ROI des actions de fidélisation et de reconquête
- Mettre en place un dispositif durable de pilotage prédictif permettant de réduire l’attrition

POUR QUI ?

- Customer Success Managers et Customer Success Directors
- Directeurs Commerciaux et Sales Directors
- Key Account Managers et Strategic Account Managers
- Account Managers et responsables de portefeuille clients
- Responsables Fidélisation et Loyalty
- Customer Experience Managers (CX Managers)
- Responsables CRM et Customer Analytics
- Sales Operations et Revenue Operations Managers
- Data Analysts et Business Analysts
- Responsables Marketing et Marketing Automation
- Responsables Relation Client
- Responsables rétention, renouvellement et expansion
- Managers souhaitant mettre en place une stratégie prédictive de réduction du churn et d’amélioration de la rétention client

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Comprendre le churn et ses enjeux économiques

- Définir le churn, l’attrition et la rétention client
- Identifier les impacts du churn sur le chiffre d’affaires et la rentabilité
- Distinguer churn volontaire, involontaire, contractuel et comportemental

2 / Cartographier les facteurs de risque d’attrition

- Identifier les signaux comportementaux, transactionnels et relationnels
- Analyser les causes de départ et les irritants du parcours client
- Construire une cartographie des facteurs de risque par segment

3 / Exploiter les données clients pour prédire le churn

- Identifier les sources de données : CRM, transactions, usage, support et satisfaction
- Préparer et structurer les données nécessaires à l’analyse
- Détecter les variables les plus corrélées au risque d’attrition

4 / Construire un modèle de scoring Churn

- Comprendre les principes du scoring prédictif
- Définir les niveaux de risque : faible, moyen et élevé
- Construire des règles de priorisation des clients à risque

5 / Identifier les signaux faibles et déclencheurs d’alerte

Maroc Performance

- Détecter baisse d’utilisation, diminution des achats et baisse d’engagement
- Croiser données quantitatives et retours qualitatifs
- Mettre en place des alertes précoces dans le CRM

6 / Segmenter les clients à risque

- Classer les clients selon valeur, potentiel et probabilité de départ
- Identifier les comptes stratégiques nécessitant une intervention immédiate
- Adapter les stratégies de rétention à chaque profil de risque

7 / Concevoir des actions de rétention proactives

- Définir des plans d’action avant l’apparition du churn
- Construire des campagnes personnalisées de réengagement
- Mobiliser Customer Success, commerciaux et support autour du client à risque

8 / Développer les stratégies de reconquête

- Identifier les causes profondes du désengagement
- Construire des offres et plans de récupération adaptés
- Négocier renouvellements, extensions ou ajustements contractuels

9 / Mesurer l’efficacité des actions de rétention

- Suivre churn rate, retention rate, renewal rate et Customer Lifetime Value
- Mesurer le taux de récupération des clients à risque
- Calculer le ROI des campagnes et actions de rétention

10 / Industrialiser le pilotage prédictif du churn

- Mettre en place un tableau de bord de risque client
- Automatiser les alertes et workflows de rétention
- Installer une démarche continue : prédire, intervenir, mesurer et optimiser

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 au 27 Nov. 2026	Présentiel - Casablanca
08 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
31 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
26 au 30 Juil. 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