

Analyse de Sentiment et Voice of Customer par IA — Décrypter les Émotions Clients en Temps Réel

Lien : https://maroc-performance.com/formation/analyse-de-sentiment-et-voice-of-customer-par-ia-decrypter-les-emotions-clients-en-temps-reel

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
IEEI82

CATÉGORIE
IA pour Relation Client, Customer Success et Contact Center

Maroc Performance

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Maîtriser les fondamentaux du Sentiment Analysis, du NLP et de l’intelligence artificielle appliqués à la Voice of Customer.
- Identifier et centraliser les différentes sources de données permettant d’analyser la voix du client.
- Exploiter les technologies NLP pour comprendre automatiquement les contenus et interactions clients.
- Détecter en temps réel les sentiments, émotions et intentions exprimés par les clients.
- Analyser les conversations et interactions afin d’identifier les facteurs de satisfaction et d’insatisfaction.
- Utiliser le Topic Modeling pour détecter les thèmes récurrents et les irritants émergents.
- Cartographier les feedbacks clients sur l’ensemble du Customer Journey et identifier les moments critiques.
- Mettre en place des alertes intelligentes et des mécanismes de Next Best Action basés sur l’analyse des émotions.
- Utiliser le Machine Learning pour prédire la satisfaction, le désengagement et le risque de churn.
- Construire un dispositif Voice of Customer par IA permettant de transformer les émotions et feedbacks clients en décisions opérationnelles.

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Directeurs Customer Experience et responsables de la relation client.
- Customer Experience Managers, Customer Success Managers et responsables de la satisfaction client.
- Responsables Voice of Customer, Customer Insights et études clients.
- Responsables CRM, fidélisation et stratégie de connaissance client.
- Responsables centres de contact, service client et expérience omnicanale.
- Data Analysts, Data Scientists et spécialistes NLP appliqués aux données clients.
- Responsables Data, Analytics, IA et transformation digitale des fonctions marketing et relation client.
- Responsables qualité souhaitant exploiter l’IA pour identifier les irritants et améliorer l’expérience client.
- Product Managers, responsables parcours clients et responsables amélioration continue.
- Consultants, experts et managers spécialisés en Customer Experience, Data Analytics, IA et transformation digitale.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DE L'ANALYSE DE SENTIMENT PAR IA

- Comprendre les principes du Sentiment Analysis, du Natural Language Processing (NLP) et de l'intelligence artificielle appliqués à la voix du client.
- Identifier les différents niveaux d'analyse : polarité, émotions, intentions, satisfaction et irritants.
- Définir les principaux cas d'usage de l'IA pour transformer les feedbacks clients en informations exploitables.

2 / COLLECTE ET CENTRALISATION DE LA VOIX DU CLIENT

- Identifier les sources de données : enquêtes, emails, chats, réseaux sociaux, avis en ligne, centres de contact et CRM.
- Centraliser les feedbacks textuels et conversationnels afin de construire une vision consolidée du client.
- Mettre en place des processus de collecte, normalisation et préparation des données pour l'analyse automatisée.

3 / NLP ET COMPRÉHENSION AUTOMATIQUE DU LANGAGE CLIENT

- Exploiter les techniques de Natural Language Processing pour analyser automatiquement les contenus textuels.
- Identifier les thèmes, entités, intentions, sujets récurrents et expressions associées aux expériences clients.
- Adapter les modèles aux spécificités linguistiques, sectorielles et culturelles des différents marchés.

4 / DÉTECTION DES SENTIMENTS ET DES ÉMOTIONS EN TEMPS RÉEL

- Classifier automatiquement les sentiments positifs, négatifs ou neutres exprimés par les clients.
- Détecter des émotions telles que frustration, colère, satisfaction, enthousiasme, déception ou inquiétude.

Maroc Performance

- Mettre en place une analyse en temps réel permettant d’identifier immédiatement les situations nécessitant une intervention.

5 / ANALYSE DES CONVERSATIONS ET DE LA VOIX DU CLIENT

- Analyser les conversations issues des centres de contact, chats, emails et interactions commerciales.
- Exploiter Speech-to-Text et l’IA conversationnelle pour transformer les échanges vocaux en données analysables.
- Identifier les moments critiques, objections, irritants et facteurs contribuant à la satisfaction ou à l’insatisfaction.

6 / TOPIC MODELING ET IDENTIFICATION DES IRRITANTS CLIENTS

- Identifier automatiquement les thèmes et problématiques les plus fréquemment mentionnés par les clients.
- Détecter les irritants émergents avant qu’ils ne deviennent des problèmes majeurs.
- Relier les thèmes identifiés aux produits, services, parcours et étapes spécifiques du Customer Journey.

7 / VOICE OF CUSTOMER ET CUSTOMER JOURNEY ANALYTICS

- Cartographier les feedbacks clients sur les différentes étapes du parcours : acquisition, achat, livraison, utilisation et support.
- Identifier les écarts entre l’expérience attendue et l’expérience réellement vécue.
- Utiliser l’IA pour déterminer les moments du parcours ayant le plus fort impact sur la satisfaction et la fidélisation.

8 / ALERTES INTELLIGENTES ET NEXT BEST ACTION

- Définir des mécanismes d’alerte basés sur le niveau de sentiment, l’intention et la criticité du feedback.
- Prioriser automatiquement les clients ou situations nécessitant une intervention rapide.
- Générer des recommandations d’actions adaptées au contexte : réponse, escalade, compensation, relance ou accompagnement.

9 / PRÉDICTION DE LA SATISFACTION, DU CHURN ET DES COMPORTEMENTS CLIENTS

- Utiliser les signaux émotionnels et comportementaux pour anticiper l’évolution de la satisfaction client.

Maroc Performance

- Identifier les profils présentant un risque accru de churn ou de désengagement.
- Combiner Sentiment Analysis, données CRM et Machine Learning pour développer des modèles prédictifs de comportement.

10 / PILOTAGE, GOUVERNANCE ET INDUSTRIALISATION DU VOICE OF CUSTOMER PAR IA

- Construire des tableaux de bord intégrant sentiment, émotions, thèmes, irritants, satisfaction et indicateurs de fidélisation.
- Garantir la qualité, la confidentialité, la sécurité et la traçabilité des données utilisées pour analyser les clients.
- Mesurer le ROI des dispositifs Voice of Customer et construire une stratégie d'industrialisation de l'analyse client par IA.

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

22 au 26 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 23 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
14 au 18 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
09 au 13 Août 2027	Présentiel - Casablanca
04 au 08 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Maroc Performance

🎧 Réservation & Renseignements

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

Document généré le 18/11/2026 — Réf : IEEI82
Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance