

Fondamentaux Marketing Relationnel

Lien : https://maroc-performance.com/formation/fondamentaux-marketing-relationnel

DURÉE
3 jours (21h)

RÉFÉRENCE
MC88

CATÉGORIE
Marketing Opérationnel, Marketing Direct et Relationnel

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Analyser sa base de données pour optimiser ses profils de parcours client
- Découvrir les leviers du marketing relationnel pour offrir une relation personnalisée avec sa marque
- Accompagner ses clients pour les fidéliser et les engager sur la durée

POUR QUI ?

- Responsable marketing, marketing client et marketing relationnel
- Chef de produit
- Chef de marché
- Directeur et manager commercial
- Responsable de CRM
- Chargé(e) de marketing relationnel



Programme détaillé

1 / Cerner les enjeux du marketing relationnel

- Cycle de vie d’un client et lifetime value
- La différence entre programme relationnel et promotion des ventes
- Les mécanismes de la fidélisation par rapport à la fidélité active ou passive
- Composer avec le consommateur averti : défiance vis-à-vis des marques
- Des objectifs pour chaque étape : conquérir, maturer, fidéliser, retenir…

2 / Capitaliser sur sa base de données clients (VIA LE CRM)

- Les cinq niveaux client : étranger, visiteur, contact, client, ambassadeur
- Analyse comportementale : identifier, connaître et comprendre ses clients
- Analyse de base de données : segmentation RFM, comportementale…
- CRM et connaissance client : exploiter l’historique client pour personnaliser sa relation
- Identification des clients gold : les critères de la segmentation
- Les personas : créer des parcours clients pour chaque segment

3 / Faire grandir sa relation client

- Le nurturing ou culture des contacts
- Éduquer le client pour augmenter sa satisfaction d’achat
- Marketing automation : personnalisation automatisée du contact avec le client
- Création d’un dialogue : obtenir une réponse du client à ses sollicitations
- Détecter la chaleur d’un prospect : est-il prêt à entrer dans le cycle d’achat ?

Maroc Performance

4 / Communiquer avec ses clients

- Le comportement média de ses segments : par quels canaux vit son client ?
- Les différentes formes de communication
- Réseaux sociaux : pénétrer en respect par cette porte ouverte

5 / Identifier les actions qu'offre le marketing relationnel

- E-mailings segmentés : les outils d’automatisation
- Vente croisée et upselling : augmentez la valeur d’un client satisfait
- Engager son client : avantages et récompenses, offres personnalisées...
- Interroger son client : analyses qualitatives, quantitatives, focus group...
- Feedback continu : évaluer constamment la qualité du lien client

6 / Enchanter ses clients

- Omniprésence : imaginer toutes les interactions client et créer les moments magiques
- Évaluer l’enchantement : les enquêtes de satisfaction
- Reconnaître et récompenser pour transformer en ambassadeurs
- Smart content : personnalisation de l’expérience client
- Les indicateurs ou KPI

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

25 au 27 Nov. 2026	Distanciel
06 au 08 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
10 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
30 Juin au 02 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

Maroc Performance