



Programme de formation

"Mise en œuvre d'un programme de fidélisation client : conception, déploiement et pilotage par KPI digitaux"

0789633635

Contact.landescompetences@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement :

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne avec assistance technique assurée par le formateur.

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : Contact.lamdescompetences@gmail.com

Téléphone : 0789633635

Durée :

La formation dure 14 heures (2 jours).

Délai d'accès :

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours.

Public concerné :

Public souhaitant approfondir ses connaissances et développer des compétences opérationnelles dans "Mise en œuvre d'un programme de fidélisation client : conception, déploiement et pilotage par KPI digitaux"

Prérequis d'accès à la formation :

Aucun pré-requis.

Tarif :

600 € TTC

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Concevoir un programme de fidélisation structuré en fonction des objectifs de l'entreprise et des attentes des clients
- Configurer et déployer ce programme sur les canaux digitaux en intégrant CRM et marketing automation
- Définir et sélectionner les KPI digitaux adaptés (rétention, CLV, NPS, engagement)
- Analyser les données clients pour segmenter et adapter les actions de fidélisation
- Construire et exploiter un tableau de bord intégrant l'A/B testing pour piloter les performances

Méthodes pédagogiques mobilisées :

Suivant la nature de la séquence abordée, les méthodes suivantes seront mobilisées :

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Vidéos, présentations dynamiques, démonstrations d'outils digitaux
- Documentation personnalisée : Livret pédagogique et fiches outils réutilisables
- Accompagnement individualisé : Études de cas et retours personnalisés sur les travaux
- Évaluations formatives : Quiz interactifs, cas pratiques, jeux de rôles et feedbacks en temps réel

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Jour 1 – Fondations & conception du programme de fidélisation (7h)

09h00 – 09h30 | Accueil & cadrage

- Présentation de la formation et des objectifs
- Tour de table des attentes
- Enjeux stratégiques de la fidélisation client

09h30 – 11h00 | Mécanismes de la fidélisation

- Satisfaction vs fidélité vs engagement
- Typologies de clients
- Leviers émotionnels et rationnels de fidélisation

11h00 – 11h15 | Pause

11h15 – 12h30 | Parcours client & points de contact

- Cartographie du parcours client
- Identification des moments clés de fidélisation
- Analyse des frictions et opportunités

12h30 – 13h30 | Pause déjeuner

13h30 – 15h00 | Conception du programme de fidélisation

- Leviers : relationnels, transactionnels, expérientiels
- Programmes à points, statuts, avantages
- Alignement marque / attentes clients

15h00 – 15h15 | Pause

15h15 – 17h00 | Atelier pratique – Design du programme

- Définition des cibles et objectifs
- Modélisation du parcours de fidélité
- Partage et feedback collectif

Jour 2 – Déploiement digital, KPI & pilotage (7h)

09h00 – 09h30 | Rappel Jour 1 & objectifs Jour 2

- Synthèse des travaux
- Introduction aux enjeux data & performance

09h30 – 11h00 | Déploiement digital & CRM

- Stratégie omnicanale (email, SMS, réseaux sociaux, mobile)
- Introduction aux outils CRM & marketing automation
- Bonnes pratiques de gestion des données et consentements

11h00 – 11h15 | Pause

11h15 – 12h30 | KPI & mesure de la performance

- KPI clés : rétention, CLV, NPS, engagement
- Seuils, benchmarks et interprétation
- Lecture des résultats de campagne

12h30 – 13h30 | Pause déjeuner

13h30 – 15h00 | Segmentation & optimisation

- Segmentation comportementale, transactionnelle, RFM
- Identification des segments à fort potentiel
- Adaptation des messages et offres

15h00 – 15h15 | Pause

15h15 – 17h00 | Pilotage & évaluation finale

- Construction d'un tableau de bord KPI
- Introduction à l'A/B testing
- Évaluation finale : présentation d'un programme complet
- Débriefing et axes d'amélioration

Méthodes d'évaluation

Évaluation finale sous forme de QCM, questions écrites et cas pratique.

Indicateurs de performance

- Taux de satisfaction des stagiaires : ...%
- Taux d'assiduité : ...%
- Taux de réussite : ...%
- Taux et causes d'abandon : ...%
- Taux de recommandation : ...%