Marketing digital et opérationnel

CRM : optimiser sa gestion de la relation client

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19CRM1 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 550 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Marketing digital et opérationnel

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Comprendre les enjeux et maîtriser les principes fondamentaux du CRM.
- Formaliser les modes opératoires et les process client.
- Définir l'approche projet pour coordonner et piloter un projet CRM.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Avoir des notions en marketing.

Public concerné

Responsables marketing, chefs de groupe / de produits, personnes en charge de la fidélisation des clients et/ou du CRM.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Accélerez la croissance de votre entreprise avec un CRM

Intégrer le CRM dans sa stratégie de marque

- Définir les enjeux du CRM pour son organisation : préférence de marque, opportunités business, développement des ventes.
- Évoluer d'une gestion de sa relation client à une stratégie customer centric : conseils et alertes.
- Maîtriser le parcours et le cycle de vie du client pour une relation client fluide.
- Adapter ses infrastructures à une gestion de la valeur client : panorama des éditeurs de solutions CRM.

Développer et enrichir la base de données clients

- Mettre en place une politique de data sourcing efficace : récolter les bonnes informations.
- Transformer la donnée brute en information utilisable pour conserver les données pertinentes.
- Sécurité, accountability, privacy... : se conformer aux principes et règles RGPD.
- Générer, contrôler et exploiter des opt'in : conseils pratiques de gestion et contexte juridique.
- Challenger régulièrement sa politique de récolte pour l'ajuster.

Centraliser et faciliter l'accès aux informations clients

- Unifier ses données dans un référentiel client unique pour une vision client complète.
- Assurer l'actualisation des données grâce à des mises à jour centralisées.
- Utiliser le datamining pour segmenter sa clientèle et analyser le capital client.
- Mettre les données à disposition de son entreprise : bonnes pratiques et outils, etc.

Fidéliser et générer plus de ventes par sa gestion client

- Personnaliser les échanges avec ses clients grâce au marketing automation.
- Gérer efficacement les contacts clients : être réactif et correctif.
- Adopter un système de lead scoring pour prioriser ses efforts et s'adapter au parcours du client.
- Médias sociaux et nouveaux canaux de relation client : assurer une cohérence de marque.
- Organiser l'acquisition et la conquête client avec les équipes commerciales : analyses, reportings, tableaux de bord communs.

Pérenniser son projet CRM

- Évaluer et améliorer sa politique relationnelle : leviers de performance et indicateurs clés.
- Contrôler l'adéquation de la solution CRM à ses besoins.
- Intégrer la solution CRM aux logiciels et systèmes d'informations existants.
- Calculer le ROI de ses campagnes pour maîtriser son budget et ses investissements.
- Assurer un accompagnement progressif et un suivi des utilisateurs pour usage optimale.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.