DATA ET BUSINESS INTELLIGENCE

Marketing relationnel et CRM : segmenter, fidéliser et exploiter ses données

Le CRM est en place mais les fiches sont incomplètes, les historiques dispersés et personne ne sait dire quels clients sont en train de partir. Les campagnes s'adressent à toute la base faute de segments fiables et les commerciaux saisissent des informations qu'ils ne voient jamais revenir sous forme utile. Deux jours pour reprendre la main sur la donnée client et l'exploiter : qualité des fiches, segmentation par valeur et par comportement, programmes de fidélisation, détection des clients à risque et indicateurs de relation. Cette formation traite l'usage relationnel du CRM et non le paramétrage technique d'un éditeur.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 690 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Responsables CRM chargés de marketing relationnel responsables de la relation client et administrateurs fonctionnels d'un outil CRM.

PRÉREQUIS
Utilisation régulière d'un outil CRM ou d'un fichier client structuré.

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Évaluer la qualité et la complétude d'une base client
- Construire une segmentation par valeur et par comportement
- Définir des actions relationnelles adaptées à chaque segment
- Identifier les signaux d'un client en risque de départ
- Suivre la relation client à l'aide d'indicateurs partagés

03 Programme détaillé

M1 La donnée client

- Savoir ce que contient vraiment la base
- Recenser les sources de données et leurs recoupements
- Mesurer la complétude et la fraîcheur des fiches
- Définir des règles de saisie tenables au quotidien
- Vérifier les bases légales et les durées de conservation
- Cas pratique : Audit d'un extrait de base client avec repérage des doublons des champs vides et des données périmées.

M2 Segmenter le portefeuille

- Distinguer les clients pour mieux les traiter
- Segmenter par valeur par ancienneté et par fréquence
- Croiser le comportement d'achat et l'usage des services
- Nommer les segments et en fixer le nombre
- Affecter chaque client à un segment de façon reproductible
- Atelier : Construction d'une segmentation sur un portefeuille fourni puis confrontation avec le ressenti commercial.

M3 Fidéliser et animer

- Donner un contenu à chaque segment
- Définir la promesse relationnelle par segment
- Choisir les canaux et la fréquence des contacts
- Construire un programme d'accueil des nouveaux clients
- Traiter les réclamations comme un levier de fidélité
- Atelier : Rédaction du plan relationnel annuel d'un segment avec les actions leur canal et leur rythme.

M4 Détecter et mesurer

- Voir partir un client avant qu'il ne parte
- Repérer les signaux d'affaiblissement de la relation
- Construire une action de reconquête ciblée
- Choisir les indicateurs de fidélité suivis dans la durée
- Restituer les résultats aux équipes commerciales
- Mise en situation : Analyse d'un portefeuille où plusieurs clients décrochent et présentation des actions de reconquête retenues.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 690 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr