

CRM : optimiser sa gestion de la relation client

Piloter son CRM pour mieux exploiter la donnée client et personnaliser les actions

2 jours (14 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1 495 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 25/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Les clients attendent des interactions personnalisées, cohérentes et "sans friction". Résultat : le CRM n'est plus un simple logiciel, c'est un outil de pilotage de la relation client et de la valeur. En France, **un quart des entreprises** utilisent une application de gestion de la relation client, et cette part monte à **59%** chez les entreprises de **250 salariés ou plus** (Insee, enquête TIC entreprises 2023).

En **2 jours**, la formation ISM « CRM : optimiser sa gestion de la relation client » (niveau perfectionnement) vous aide à **structurer votre projet CRM** de manière pérenne. Durant cette formation, vous apprendrez à tirer le meilleur parti de votre système CRM pour améliorer vos interactions avec les clients. Si vous considérez le client comme un véritable « actif » de l'entreprise, vous êtes prêt à élaborer une **stratégie orientée client**. Sessions à Paris ou à distance.

Pourquoi se former sur la sa gestion de la relation client avec votre CRM ?

- Mettre en place une **vision client 360°**.
- Améliorer la **gestion des données** pour une vue d'ensemble claire de vos clients.
- Renforcer la satisfaction client en **automatisant** et en optimisant les processus de suivi.

Pour aller plus loin :

- Pour passer de la data à l'exécution : [Gérer des campagnes d'emailings efficaces](#)
- Pour mesurer proprement vos actions : [Tableaux de bord : mesurer la performance de ses actions marketing](#)
- Structurer une montée en compétences certifiante : [Parcours métiers – Responsable CRM](#)

Objectifs

- 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.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Produire un diagnostic sur sa politique de relation client et la piloter plus efficacement.

À qui s'adresse cette formation ?

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

Prérequis

Avoir des notions en marketing.

Programme

1 Pendant votre formation

CRM : optimiser sa gestion de la relation client

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Accélérez 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.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Florent MARIOTTI
FM INSIGHT

Modalités 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.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

Détails de la session

Du 14 décembre 2026 au 15 décembre 2026 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 14 décembre 2026 au 15 décembre 2026

Paris

- 14 décembre 2026 9h00 – 17h30
- 15 décembre 2026 9h00 – 17h30