

Les fondamentaux du marketing relationnel

Développer une relation client personnalisée pour renforcer l'engagement et la fidélisation

2 jours (14 heures)

Initiation

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 08/10/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Le marketing relationnel, ce n'est pas "communiquer plus" : c'est créer une relation utile, cohérente et durable tout au long du cycle de vie. Comprendre ses fondamentaux vous permettra de **créer des liens forts** et de **fidéliser efficacement** votre clientèle.

En **2 jours**, la formation ISM "**Les fondamentaux du marketing relationnel**" vous donne une méthode simple pour structurer vos actions : connaissance client, segmentation, personnalisation, animation relationnelle et pilotage par les indicateurs de satisfaction. *Sessions à Paris ou à distance.*

Pourquoi se former sur le marketing relationnel ?

- Acquérir les bases pour développer des **relations client** solides et durables.
- Apprendre à **segmenter votre clientèle** pour des communications plus ciblées.
- Utiliser des techniques de **personnalisation** pour renforcer l'engagement et la fidélité.

Pour aller plus loin :

- Pour structurer un programme concret : **Marketing de la fidélisation : renouveler sa stratégie**
- Pour industrialiser vos scénarios : **Marketing automation : booster votre taux de conversion**
- Pour objectiver vos actions avec les bons KPIs : **Mesurer et piloter la performance de son expérience client**

Objectifs

- Acquérir les méthodes et outils utiles pour mieux conquérir, fidéliser et satisfaire les clients.
- Mieux connaître ses clients et bâtir des plans d'action différenciés.
- Améliorer sa relation et son expérience client grâce aux leviers du marketing relationnel.

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

Compétences acquises

Concevoir et animer un parcours client.

À qui s'adresse cette formation ?

- Chargés de marketing, chargés de CRM, responsables de la relation client
- Collaborateurs amenés à développer des actions de fidélisation.

Prérequis

Avoir une connaissance du marketing.

Programme

1 Pendant votre formation

Les fondamentaux du marketing relationnel

Modules distanciels :

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

Consolider sa connaissance client

- Adopter une approche centrée client (*customer centric*) et une vision 360° pour dessiner le cycle de vie d'un client et le parcours client.
- Exploiter sa base de données clients : analyse et segmentation.
- Évaluer la valeur client (*Customer Lifetime Value*) par segment pour adapter ses objectifs et ses actions relationnelles.

Améliorer sa satisfaction et l'engagement client

- Renforcer l'engagement de ses clients : avantages, récompenses, services personnalisés.
- Identifier les moments clés du parcours client où renforcer l'engagement.
- S'engager sur les réseaux sociaux et adopter leurs codes pour engager le dialogue avec ses clients.

- Animer ses communautés de clients avec une relation humanisée.
- Personnalisation, réactivité, échange... : faire grandir et entretenir sa relation client.

Fidéliser ses clients

- Capitaliser sur l'historique de la relation client pour déterminer et valoriser sa différenciation auprès de ses clients.
- Renforcer l'attachement à la marque grâce à des contenus et services à valeur ajoutée : newsletters, conseils, contenus informatifs...
- Personnaliser les communications et les avantages selon les profils et les attentes des clients.
- Inscrire la satisfaction et la relation client dans une démarche d'amélioration continue.

Déployer ses actions de marketing relationnel

- Définir les objectifs et les cibles de ses campagnes relationnelles.
- Construire des scénarios relationnels pour accueillir, engager, fidéliser ou réactiver ses clients.
- Découvrir le marketing automation pour automatiser et personnaliser les interactions clients.
- Identifier les apports de l'IA dans le marketing relationnel.
- Planifier ses actions de fidélisation et de reconquête client.

Mesurer et optimiser ses actions relationnelles

- Interroger régulièrement ses clients pour maintenir un lien de proximité.
- Suivre la satisfaction et l'effort client à l'aide d'indicateurs adaptés : CSAT, NPS, CES.
- Analyser ses performances et son audience web pour perfectionner son marketing relationnel en ligne.
- Évaluer la rentabilité des actions marketing engagées pour optimiser les ratios coûts/canal et valeur client.

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

HUET Arnaud

Formateur en marketing, digital, IA et expérience client. 25 ans d'expérience en relation client, fidélisation et CRM

Pierre POUXVIEL

Expert en marketing stratégique et création de valeur client, dans des environnements B to C et B to B.

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 22 mars 2027 au 23 mars 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 22 mars 2027 au 23 mars 2027

Paris

- 22 mars 2027 9h00 – 17h30
- 23 mars 2027 9h00 – 17h30