

Marketing de la fidélisation : renouveler sa stratégie

Concevoir et piloter un programme de fidélisation omnicanal, rentable et mesurable

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 25/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Dans un marché saturé, la fidélisation n'est plus une question de "points" ou de promotions : c'est une question de **valeur** (pour le client) et de **rentabilité** (pour l'entreprise). Et le contexte est clair : **76% des Français** sont déjà membres d'un programme de fidélité (YouGov – 2024).

Autrement dit, le sujet n'est plus "faut-il un programme ?" mais **comment le renouveler, le personnaliser et l'animer** sans créer de fatigue, tout en mesurant ce qu'il rapporte vraiment.

En **2 jours**, la formation ISM "**Marketing de la fidélisation : renouveler sa stratégie**" vous aide à concevoir et animer un programme de fidélisation **omnicanal** performant. Sessions à Paris ou à distance.

Pourquoi se former au marketing de la fidélisation ?

- Explorer de nouvelles approches pour **renforcer la fidélité** de vos clients.
- Analyser les **tendances actuelles** et adapter vos stratégies pour une efficacité maximale.
- Créer des **programmes de fidélisation innovants** qui répondent aux attentes changeantes des clients.

Cette formation est idéale pour les professionnels souhaitant revitaliser leur approche de la fidélisation client.

Objectifs

- Comprendre les enjeux et les aspects essentiels de la fidélisation.
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de fidélisation omnicanale.
- Animer et évaluer son programme de fidélisation.

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

Compétences acquises

Bâtir et optimiser la stratégie de fidélisation d'un portefeuille de clients.

À qui s'adresse cette formation ?

Responsables marketing, marketing direct, service client et chefs de produits, chefs de marché.

Prérequis

Connaître les fondamentaux du marketing.

Programme

1 Pendant votre formation

Le marketing de la fidélisation

Modules distanciels :

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

S'approprier les fondamentaux du marketing de fidélisation

- Identifier les 5 étapes d'une démarche marketing de fidélisation.
- Concilier engagement émotionnel et transactionnel dans son marketing de fidélisation.
- Comprendre la coordination du marketing transactionnel et de fidélisation.
- Évaluer les bénéfices du marketing de fidélisation pour sa marque.
- Estimer les limites de la fidélisation et les raisons de rupture clients pour les anticiper.

Déployer un marketing de fidélisation innovant et omnicanal

- CRM, site e-commerce, social listening... : diversifier ses sources de connaissance client.
- Partir des attentes de ses clients pour apporter de la valeur ajoutée à son programme de fidélité.
- Susciter engagement et confiance par un programme de fidélité personnalisé et durable.
- E-commerce, email, mobile, social media... : délivrer une expérience et un programme de fidélité uniformes quel que soit le canal.
- Décrypter des programmes de fidélité omnicanaux pour en déduire des idées innovantes.

Concevoir un programme de fidélisation efficace

- Atelier : analyse des programmes de fidélisation les plus répandus : outils, bénéfices et limites.
- Connaissance client et cycle d'achat : capitaliser sur des données client en accord avec le RGPD.
- Établir une cartographie de ses cibles de fidélisation.
- Clarifier ses objectifs de fidélisation par segment et ses contraintes budgétaires.
- Choisir les leviers d'activation, canaux et outils de fidélisation associés.
- Enrichir son programme de fidélité par des services supplémentaires digitaux : retours d'expérience.
- Néo-fidélisation : introduire l'expérientiel dans ses stratégies et programmes de fidélisation.

Animer son programme de fidélisation : le customer empowerment

- Inverser la pyramide de la relation client : donner la main au client sur sa fidélité.
- Transformer ses clients en ambassadeurs grâce aux réseaux sociaux.
- Maintenir le lien : offrir une expérience ATAWAD, gage de proximité et d'engagement.
- Moderniser l'animation de son programme fidélité : conseils et bonnes pratiques.

Suivre l'efficacité et la performance de son programme de fidélisation

- Évaluer le niveau de satisfaction de son programme de fidélisation.
- Calculer la valeur client : Customer Life Time Value.
- Mesurer l'évolution de la satisfaction clients dans la durée : le Customer Effort Score (CES) et le Net Promotor Score (NPS).
- Estimer les coûts et niveaux de rentabilité de son programme de fidélisation.
- Adopter une démarche Test & Learn pour parvenir à la meilleure stratégie de fidélisation.
- S'appuyer un outil CRM pour suivre les indicateurs clés.

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

Florian FERAL

Consultant-formateur expert en
Customer Success et relation
client.

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 1 avril 2027 au 2 avril 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 1 avril 2027 au 2 avril 2027 **Paris**

- 1 avril 2027 9h00 – 17h30
- 2 avril 2027 9h00 – 17h30