

Parcours métiers – Responsable CRM

Transformer la data client en performance : concevoir et piloter une stratégie CRM multicanale

6 jours (42 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

4 250 € HT par personne (TVA en vigueur) **Repas inclus en présentiel**

Contenu mis à jour le 30/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Dans un contexte où les entreprises cherchent à mieux connaître leurs clients, personnaliser leurs interactions et développer la fidélisation, le **CRM** devient un levier central de performance marketing, commerciale et relationnelle. Cette formation "**Responsable CRM**" vous apprend à concevoir et piloter une stratégie CRM multicanale, en vous appuyant sur la data client, la segmentation, le scoring et l'automatisation des actions relationnelles.

En 6 jours, vous apprendrez à évaluer la maturité CRM de votre organisation, enrichir la connaissance client, construire des segmentations avancées, concevoir des programmes de fidélisation et déployer des campagnes ciblées : cross-sell, up-sell, réactivation, scénarios automatisés. Vous saurez également mesurer la performance CRM, suivre le ROI de vos actions et ajuster votre stratégie dans une logique d'amélioration continue.

A l'issue de cette formation, vous avez l'opportunité exclusive d'acquérir une attestation de compétences et valider vos compétences en passant un examen ISM.

Coût supplémentaire de l'attestation : 450€ HT.

Format de l'examen :

- Une évaluation continue après chaque module sous forme de quizz.
- Un mémoire à réaliser.
- Une soutenance devant un jury ISM.

Si vous souhaitez passer une certification, merci de l'indiquer sur votre bulletin d'inscription.

Nous vous invitons à vous rapprocher de votre conseiller clientèle afin d'en savoir plus au 01 85 53 19 31.

Pour aller plus loin :

- Approfondir l'expérience client omnicanal : [Optimiser l'expérience client digital – Niveau expertise](#)
- Accélérer vos usages IA en relation client : [Réinventer sa relation client avec l'intelligence artificielle](#)

Objectifs

- Améliorer son degré de connaissance client.
- Développer la valeur de ses clients.
- Acquérir les outils méthodologiques pour concevoir un programme relationnel.

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

Compétences acquises

Développer la relation client et piloter des programmes de fidélisation on-line.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

À qui s'adresse cette formation ?

Responsables CRM/relation client, managers des départements marketing, web ou informatique.

Prérequis

Connaître les fondamentaux du marketing, avoir une culture digitale.

Programme

1 Pendant votre formation

Module 1P : Construire une stratégie CRM performante grâce à une segmentation avancée (2 jours)

Modules distanciels

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

Évaluer la maturité CRM de son organisation

- Identifier les piliers et enjeux d'une stratégie CRM orientée client
- Cartographier l'écosystème technologique (CRM, CDP, automation...)

- Identifier les rôles et interactions des acteurs (marketing, data, service client)

Optimiser la connaissance client

- Différencier les différents types de données clients (déclaratives, comportementales, transactionnelles)
- Collecter, unifier et exploiter les données internes et externes
- Intégrer les contraintes réglementaire à sa stratégie CRM

Adopter une démarche client centric par la segmentation

- **Atelier pratique** : Définir des personas opérationnels
- Mettre en œuvre la segmentation RFM
- Déployer une stratégie de scoring (ex. lead scoring, churn)
- Segmenter ses clients avec l'IA

Visualiser et fluidifier les parcours clients

- Analyser les moments clés (pain points, enchantements, irritants)
- **Atelier pratique** : Cartographier les parcours clients
- Mobiliser l'IA pour enrichir la segmentation

Module 2P : Travailler la fidélisation client pour générer de la valeur (2 jours)

Maîtriser les enjeux de la fidélisation client à travers la valeur et l'engagement

- Identifier les dimensions de la fidélisation client pour garantir une vraie fidélité
- Définir une stratégie marketing relationnelle pour dépasser l'approche transactionnelle
- Maîtriser les indicateurs de performance de la fidélisation client (CLV, upsells- cross-sells, NPS, opportunités commerciales, taux de rétention...)
- Aligner les équipes internes sur des objectifs communs pour développer une fidélisation durable

Atelier : définir sa fidélisation client à travers les comportements et les attitudes attendues

Développer ses clients ambassadeurs à travers une stratégie de fidélisation centrée client

- Définir une stratégie de succès client dans un but de fidélisation (CSM)
- Identifier ses clients à fort potentiels à travers des indicateurs d'usage et d'expérience client
- Animer sa relation client à travers le customer empowerment et favoriser leur autonomie
- Mettre en place des actions de recommandation pour développer ses opportunités commerciales

Atelier : mettre en place des playbooks pour engager ses clients

Concevoir un programme de fidélité client en adéquation avec les objectifs de l'entreprise

- Définir les objectifs de son programme de fidélité et les indicateurs de performances à monitorer
- Maîtriser les programmes de fidélité (transactionnels, statutaires, communautaires, gamification...)
- Analyser les tendances actuelles en fidélisation client
- Mettre en place des actions et des outils de fidélisation selon son activité (B2B et B2C)

- Évaluer les coûts et la rentabilité de son programme de fidélisation

Atelier : concevoir et animer son programme de fidélité client

Manager l'insatisfaction client pour générer de la valeur

- Identifier les différents types de désaccords et les profils de clients insatisfaits
- Maîtriser l'impact de l'insatisfaction client sur la performance et la réputation de l'entreprise
- Analyser et gérer les réclamations clients pour favoriser la fidélisation
- Employer les outils (CRM, ticketing...) et l'intelligence artificielle dans la gestion du service client

Atelier : catégoriser les feedback client pour améliorer son offre et ses services

Module 3P : Optimiser sa performance CRM grâce aux outils, à la data et à l'automatisation (2 jours)

Améliorer la qualité et la richesse des données

- Définir des protocoles de qualification (progressive profiling)
- Implémenter des règles de nettoyage et de mise à jour automatique
- **Cas pratique :** Enrichir sa base de données client

Déployer un plan relationnel structuré

- Concevoir des scénarios personnalisés adaptés au cycle de vie client
- Activer des logiques d'automatisation selon les comportements
- Optimiser son plan d'activation via l'IA

Définir une stratégie d'activation commerciale et relationnelle performante

- Lancer des campagnes ciblées : cross-sell, up-sell, réactivation
- Atelier pratique : Créer une campagne email marketing
- Développer la valeur de ses clients (intentionnistes, cross sell / up sell)
- **Cas pratique :** concevoir une campagne de cross sell
- Capitaliser sur ses meilleurs clients
- **Cas pratique :** Recruter des clients à fort potentiel
- Réactiver les inactifs
- **Cas pratique :** concevoir une campagne de réactivation

Piloter et optimiser la performance CRM

- Optimiser la qualité et la performance du service client
- Définir les bons indicateurs de performance CRM (ROI, taux de transformation...)
- Mesurer la performance et le ROI de ses actions
- Ajuster sa stratégie en continu (test & learn, IA prédictive)

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.

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 :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation.

Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail.

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 18 novembre 2027 au 18 janvier 2028 (6 jours / 42 heures)

À distance

Du 18 novembre 2027 au 18 janvier 2028

À distance

- 18 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 19 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 20 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 21 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 22 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 23 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 24 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 25 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 26 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 27 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 28 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 29 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 30 novembre 2027 9h00 – 17h30
- 1 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 2 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 3 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 4 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 5 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 6 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 7 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 8 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 9 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 10 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 11 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 12 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 13 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 14 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 15 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 16 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 17 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 18 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 19 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 20 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 21 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 22 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 23 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 24 décembre 2027 9h00 – 17h30

- 25 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 26 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 27 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 28 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 29 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 30 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 31 décembre 2027 9h00 – 17h30
- 1 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 2 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 3 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 4 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 5 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 6 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 7 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 8 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 9 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 10 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 11 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 12 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 13 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 14 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 15 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 16 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 17 janvier 2028 9h00 – 17h30
- 18 janvier 2028 9h00 – 17h30