

Segmentation marketing : affiner son ciblage marketing

Critères, méthodes et applications de segmentation marketing

2 jours (14 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1 570 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

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

La segmentation et le ciblage client sont deux étapes clés de la démarche marketing. Une segmentation marketing précise est essentielle pour atteindre efficacement vos cibles et **maximiser vos performances**.

Cette formation vous permet d'identifier et d'exploiter les **segments de marché les plus prometteurs**.

Pourquoi se former à la segmentation marketing ?

- Comprendre les principes et méthodes de segmentation pour **mieux connaître vos clients**.
- Adapter vos stratégies de communication et d'offre en fonction des segments identifiés.
- Optimiser le retour sur investissement de vos actions marketing grâce à un **ciblage affiné**.

Objectifs

- Acquérir les principales méthodes de segmentation et ciblage marketing.
- Exploiter ses données clients pour améliorer sa stratégie marketing.
- Optimiser sa segmentation clients et sa stratégie de ciblage.

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

Compétences acquises

Construire une segmentation pertinente et formaliser une stratégie de ciblage client efficace.

À qui s'adresse cette formation ?

Responsables marketing stratégique ou opérationnel, CRM, chefs de produits impliqués dans la segmentation et le ciblage client.

Prérequis

Avoir une connaissance du marketing.

Programme

1 Pendant votre formation

Segmentation marketing : affiner son ciblage marketing

Module distanciel

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- À quoi servent les études marketing ?
- Comment la data affine-t-elle la segmentation marketing ?

Réaliser sa segmentation client

- Étude de cas : passer d'une segmentation produit à une segmentation clients.
- Décrypter la méthode de segmentation clients et ses problématiques.
- Identifier les sources et types d'informations accessibles.
- Choisir sa méthode de découpage et ses critères de segmentation exploitables.
- Atelier : définir et décrire les caractéristiques de chaque segment client.

Capitaliser sur sa base de données clients

- Dessiner des typologies de clients : ambassadeurs, actifs, inactifs...
- Atelier : mener une analyse comportementale de ses clients (identification, connaissance, compréhension).
- Segmentation PMG, segmentation RFM : analyser sa base de données CRM.
- Étude de cas : exploiter l'historique clients pour améliorer sa connaissance et sa segmentation.

Établir sa stratégie de marketing ciblée

- Atelier : classer et déterminer ses clients les plus rentables.
- Prioriser les segments à cibler dans sa stratégie marketing.
- Atelier : créer des parcours clients et les personas associés pour chaque segment.

- Concentrée, différenciée, indifférenciée : sélectionner la stratégie de ciblage adaptée à ses segments, objectifs, ressources et compétences.

Rentabiliser sa stratégie marketing grâce à sa segmentation clients

- Étude de cas : personnaliser ses offres et leur communication suivant son segment client.
- Adapter ses efforts de communication et de promotion selon la rentabilité du segment client.
- Atelier : designer des produits adaptés aux besoins d'un segment client.
- Définir ses prix selon les segments d'utilisateurs.

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

Paris

Du 1 juillet 2027 au 2 juillet 2027

Paris

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