

Marketing de la Fidélisation et des Programmes de Rewards : du cashback mobile aux points de fidélité inter-enseignes

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-fidelisation-et-des-programmes-de-rewards-du-cashback-mobile-aux-points-de-fidelite-inter-enseignes

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR145

CATÉGORIE
Subscription Economy, Marketplaces & Modèles Récurrents

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les fondamentaux du marketing de la fidélisation et des programmes de Rewards.
- Maîtriser les principales mécaniques de fidélisation : points, cashback, avantages, statuts et récompenses.
- Concevoir un programme de fidélité adapté aux objectifs commerciaux et à la stratégie de marque.
- Construire et optimiser des mécanismes de cashback mobile et de récompenses instantanées.
- Concevoir des systèmes de points performants et économiquement soutenables.
- Structurer des programmes de fidélité inter-enseignes et des écosystèmes de partenaires.
- Exploiter la segmentation, la Data et l'IA pour personnaliser les Rewards.
- Intégrer la gamification afin d'augmenter l'engagement et les comportements de fidélisation.
- Déployer une stratégie de fidélité omnicanale intégrée aux parcours physiques et digitaux.
- Utiliser le CRM et la Customer Lifetime Value pour piloter la valeur client.
- Construire des partenariats et mécanismes de partage de valeur entre enseignes.
- Exploiter les technologies mobiles, wallets, QR codes, IA et automatisation dans les programmes de fidélité.
- Mesurer le ROI, la rentabilité et la performance des programmes de Rewards à travers des KPI pertinents.
- Élaborer une stratégie globale permettant de transformer un programme de fidélité en véritable écosystème de Rewards.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Directeurs marketing, responsables fidélisation et responsables Customer Experience.
- CRM Managers, Loyalty Managers et responsables Customer Engagement.
- Responsables programmes de fidélité, Rewards et Customer Loyalty.
- Responsables Digital Marketing, Mobile Marketing et E-commerce.
- Responsables Data Marketing, Customer Analytics et Business Intelligence.
- Responsables commerciaux, Trade Marketing et développement des réseaux.
- Responsables innovation et transformation digitale des entreprises.
- Product Managers et responsables d’applications mobiles ou de plateformes de fidélité.
- Responsables partenariats, alliances stratégiques et développement d’écosystèmes.
- Managers de banques, fintechs, opérateurs télécoms, retailers et plateformes digitales développant des programmes de cashback.
- Responsables marketing des enseignes souhaitant intégrer des programmes de fidélité inter-enseignes.
- Consultants et agences spécialisées en CRM, fidélisation, Data Marketing et Customer Experience.
- Dirigeants et managers souhaitant développer la rétention et la Customer Lifetime Value.
- Professionnels souhaitant concevoir, transformer ou industrialiser un programme de Rewards digital et omnicanal.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DU MARKETING DE LA FIDÉLISATION ET DES REWARDS

- Comprendre les principes, mécanismes et objectifs des stratégies de fidélisation client.
- Identifier les différents modèles de Rewards : points, cashback, avantages, statuts et récompenses.
- Analyser le rôle de la fidélisation dans la valeur vie client (Customer Lifetime Value).

2 / PSYCHOLOGIE DU CLIENT ET MÉCANIQUES DE FIDÉLISATION

- Comprendre les leviers comportementaux qui favorisent la répétition d'achat et l'engagement.
- Exploiter les principes de récompense, gratification, progression et reconnaissance.
- Concevoir des mécaniques favorisant l'attachement durable à la marque et au programme.

3 / CONCEPTION D'UN PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

- Définir les objectifs, la proposition de valeur et les règles d'un programme de fidélité.
- Choisir les mécaniques adaptées aux profils clients, catégories de produits et modèles économiques.
- Construire une architecture de programme simple, attractive et économiquement soutenable.

4 / CASHBACK MOBILE ET RÉCOMPENSES INSTANTANÉES

- Comprendre les modèles économiques et opérationnels du cashback mobile.
- Concevoir des mécanismes de cashback déclenchés par les achats, transactions ou comportements.
- Optimiser la fréquence d'utilisation, l'activation et la rétention grâce aux récompenses instantanées.

Maroc Performance

5 / PROGRAMMES À POINTS ET SYSTÈMES DE RÉCOMPENSE

- Concevoir une monnaie de fidélité fondée sur l’accumulation et l’utilisation de points.
- Définir les règles de gain, conversion, expiration et utilisation des points.
- Équilibrer attractivité des récompenses, coût du programme et rentabilité client.

6 / PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ MULTI-ENSEIGNES ET ÉCOSYSTÈMES PARTAGÉS

- Comprendre les modèles de fidélité inter-enseignes et de récompenses mutualisées.
- Structurer les mécanismes de partage des données, des coûts, des points et des bénéfices entre partenaires.
- Construire un écosystème permettant au client d’accumuler et d’utiliser ses récompenses auprès de plusieurs enseignes.

7 / SEGMENTATION ET PERSONNALISATION DES REWARDS

- Segmenter les clients selon leur valeur, fréquence d’achat, comportement et potentiel de fidélisation.
- Personnaliser les récompenses, offres et avantages selon les profils et préférences.
- Utiliser l’IA et le Machine Learning pour recommander les récompenses les plus pertinentes.

8 / GAMIFICATION ET ENGAGEMENT COMPORTEMENTAL

- Intégrer les mécaniques de gamification dans les programmes de fidélité.
- Concevoir des challenges, niveaux, badges, missions et récompenses progressives.
- Stimuler l’engagement au-delà de l’achat en valorisant les interactions et comportements à forte valeur.

9 / FIDÉLITÉ OMNICANALE ET EXPÉRIENCE CLIENT

- Déployer un programme de fidélité cohérent sur les canaux physiques, digitaux, mobiles et e-commerce.
- Connecter les données d’achat et d’interaction pour construire une vision Customer 360°.
- Fluidifier l’expérience d’accumulation et d’utilisation des Rewards sur l’ensemble des points de contact.

Maroc Performance

10 / CRM, DATA ET CUSTOMER LIFETIME VALUE

- Exploiter les données transactionnelles et comportementales pour piloter la fidélisation.
- Identifier les leviers permettant d’augmenter la fréquence, le panier moyen et la rétention.
- Mesurer l’impact des programmes de Rewards sur la Customer Lifetime Value et la rentabilité.

11 / PARTENARIATS, ALLIANCES ET ÉCONOMIE DES PROGRAMMES INTER-ENSEIGNES

- Identifier et sélectionner les partenaires complémentaires pour construire un écosystème de fidélité.
- Définir les mécanismes de contribution, partage de valeur et financement des récompenses.
- Mettre en place une gouvernance permettant de gérer les intérêts des différentes enseignes partenaires.

12 / DIGITALISATION, MOBILE WALLET ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

- Exploiter les applications mobiles, wallets digitaux, QR codes et technologies de paiement pour enrichir les Rewards.
- Intégrer les notifications, offres personnalisées et récompenses en temps réel dans le parcours client.
- Évaluer les opportunités offertes par l’IA, l’automatisation et les technologies émergentes.

13 / KPI, ROI ET OPTIMISATION DES PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ

- Définir les KPI de performance : taux d’activation, engagement, rétention, redemption rate et fréquence d’achat.
- Calculer le coût des récompenses, le ROI et la contribution du programme à la rentabilité.
- Mettre en place une démarche d’expérimentation et d’optimisation continue des mécaniques de fidélisation.

14 / STRATÉGIE DE FIDÉLISATION ET CONSTRUCTION D’UN ÉCOSYSTÈME DE REWARDS

- Élaborer une stratégie intégrée combinant fidélité, cashback, points, gamification et personnalisation.
- Construire une roadmap de déploiement d’un programme de Rewards digital et inter-enseignes.
- Piloter l’évolution du programme afin de maximiser simultanément engagement, rétention et valeur client.

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

01 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
29 Mars au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
24 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés