



Fondamentaux Marketing Relationnel

Lien : <https://maroc-performance.com/formation/fondamentaux-marketing-relationnel>

 DURÉE
3 jours (21h)

 RÉFÉRENCE
MC88

 CATÉGORIE
**Marketing
Opérationnel,
Marketing Direct et
Relationnel**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Analyser sa base de données pour optimiser ses profils de parcours client
- ✓ Découvrir les leviers du marketing relationnel pour offrir une relation personnalisée avec sa marque
- ✓ Accompagner ses clients pour les fidéliser et les engager sur la durée

POUR QUI ?

- ✓ Responsable marketing, marketing client et marketing relationnel
- ✓ Chef de produit
- ✓ Chef de marché
- ✓ Directeur et manager commercial
- ✓ Responsable de CRM
- ✓ Chargé(e) de marketing relationnel



Programme détaillé

1 / Cerner les enjeux du marketing relationnel

- Cycle de vie d'un client et lifetime value
- La différence entre programme relationnel et promotion des ventes
- Les mécanismes de la fidélisation par rapport à la fidélité active ou passive
- Composer avec le consommateur averti : défiance vis-à-vis des marques
- Des objectifs pour chaque étape : conquérir, maturer, fidéliser, retenir...

2 / Capitaliser sur sa base de données clients (VIA LE CRM)

- Les cinq niveaux client : étranger, visiteur, contact, client, ambassadeur
- Analyse comportementale : identifier, connaître et comprendre ses clients
- Analyse de base de données : segmentation RFM, comportementale...
- CRM et connaissance client : exploiter l'historique client pour personnaliser sa relation
- Identification des clients gold : les critères de la segmentation
- Les personas : créer des parcours clients pour chaque segment

3 / Faire grandir sa relation client

- Le nurturing ou culture des contacts
- Éduquer le client pour augmenter sa satisfaction d'achat
- Marketing automation : personnalisation automatisée du contact avec le client
- Création d'un dialogue : obtenir une réponse du client à ses sollicitations
- Détecter la chaleur d'un prospect : est-il prêt à entrer dans le cycle d'achat ?

4 / Communiquer avec ses clients

- Le comportement média de ses segments : par quels canaux vit son client ?
- Les différentes formes de communication
- Réseaux sociaux : pénétrer en respect par cette porte ouverte

5 / Identifier les actions qu'offre le marketing relationnel

- E-mailings segmentés : les outils d'automatisation
- Vente croisée et upselling : augmentez la valeur d'un client satisfait
- Engager son client : avantages et récompenses, offres personnalisées...
- Interroger son client : analyses qualitatives, quantitatives, focus group...
- Feedback continu : évaluer constamment la qualité du lien client

6 / Enchanter ses clients

- Omniprésence : imaginer toutes les interactions client et créer les moments magiques
- Évaluer l'enchantement : les enquêtes de satisfaction
- Reconnaître et récompenser pour transformer en ambassadeurs
- Smart content : personnalisation de l'expérience client
- Les indicateurs ou KPI

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

 25 au 27 Nov. 2026

 Distanciel

 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>

Document généré le 24/10/2026 — Réf : MC88
Maroc Performance — Tous droits réservés