Le 23 novembre 2026
MOD_2020086

Formation FIDÉLISATION CLIENT et DIGITAL : Optimiser sa stratégie de fidélisation et renforcer la relation avec vos clients

Durée : 14 heures



Programme de la formation

Public visé

Chef de projet ou responsable Communication / Marketing / Commercialisation, Chef de produit ou de marché, Chef de projet fidélisation.
Plus généralement les professionnels souhaitant optimiser la relation client de leur entreprise.

Pré-requis

Pas de prérequis nécessaire pour participer à cette formation.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la relation client pour développer son entreprise
- Définir les tenants et aboutissants de la digitalisation de la relation client pour votre entreprise
- Mettre en œuvre une stratégie digitale de fidélisation

A l'issue de cette Formation Fidélisation Client et Digital, vous serez en mesure de maîtriser les nouvelles techniques de fidélisation client, être force de proposition sur des dispositifs innovants, être capable d'échanger sur un projet avec des équipes techniques.

Description / Contenu

L'évolution de la relation entre la marque et le consommateur aujourd'hui

- Un contexte d'achat complexe : entre concurrence et zapping des consommateurs (loi Hamon, multiplication des canaux de vente ...)
- Les enjeux de la relation client : fréquence d'achat / Le cycle d'achat
- La fidélité au cœur de la rentabilité / La satisfaction au cœur de la fidélité

- L'expérience utilisateur au cœur de la stratégie de fidélisation clients

Réinventer les programmes de fidélité ? Plus de service pour le consommateur !

- Le programme de fidélité en pratique : Les bonnes pratiques / De l'uniformisation à la différenciation / Etudes de cas /Le web qui rend le programme interactif
- Vers la fin de la carte de fidélité ? / L'IA au service de la fidélisation / Le big Data et ses enjeux

Quels leviers peuvent entretenir la relation clients ?

- Gamification / Jeux-concours / Newsletter / Opérations spéciales : soirées privées, événementiels, avant-première, opération blogueurs
- Stratégies promotionnelles / Marketing direct : SMS...
- Le marketing personnalisé/temps réel / Le marketing automation / Le marketing mobile et la stratégie web to store / Les chatbots et l'accompagnement personnalisé

La création de communauté au cœur de l'engagement client

- La stratégie social média au cœur de la fidélisation de la marque / Comment engager sa communauté sur la durée
- Les différentes stratégies sur les réseaux sociaux (SAV, engagement...) / Le client fidèle, l'ambassadeur de marque, le Graal / Le bouche à oreille sur le web / Des cas d'étude /Les spécificités de la relation client en BtoB

Le pouvoir du brand content au service de la stratégie de marque

- L'ADN de la marque / Le storytelling au service de la relation marque / consommateur / Les leaders d'opinion et les ambassadeurs au service du contenu.

Découvrez nos thématiques sur la Formation SEM : Stratégie et Marketing digital

- Notre Formation Stratégie de Communication Digital Avancé
- Notre Formation Analyse Sémantique
- Notre Formation Marketing Digital Avancé

Compétences acquises à l'issue de la formation

- Mesurer les performances de vos actions
- Comprendre les enjeux de la relation client pour développer son entreprise
- Définir les tenants et aboutissants de la digitalisation de la relation client pour votre entreprise
- Mettre en œuvre une stratégie digitale de fidélisation

Modalités pédagogiques

- Formation Fidélisation Client et Digital avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing

Moyens et supports pédagogiques

Atouts de notre offre de formation marketing digital : Bénéficiez de l'expérience client-agence de notre équipe d'experts formateurs maîtrisant parfaitement les thématiques du webmarketing.

- Moyens pédagogiques : Training (cas pratiques, quiz, mises en situation, analyses de bonnes pratiques...)
- Support : Le formateur vous remettra le support pdf de cette formation à l'issue de la session
- Pour les formations Intra, en option : un bilan de formation pourra être remis au dirigeant ou commanditaire de formation (pour les formation INTRA comprenant plusieurs journées de formation)
- Pour les formations Intra, en option : possibilité de mettre en place un accompagnement post formation sous la forme d'un suivi personnalisé et récurent par le formateur durant les mois suivants la formation
- Pour les formations Intra, en option : Bilan annuel des actions de formation pour les cursus supérieurs à 10 sessions de formation

Modalités d’évaluation et de suivi

- Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants en amont de la formation pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie
- Signature d'un émargement par les participants et le formateur afin de justifier l'assiduité de chacun (émargement électronique)
- Recueil à l'oral des besoins par le formateur au démarrage de la formation
- Echange en fin de formation entre les participants et le formateurs pour valider que la formation a bien répondue aux attentes des participants et que les objectifs pédagogiques ont été atteints
- Un questionnaire d'évaluation est envoyé aux participants pour mesurer l'acquisition des compétences à l'issue de la formation.
- Un formulaire de satisfaction est rempli par les participants à l'issue de la formation pour recueillir leurs satisfactions et mesurer la qualité de la formation assurée.

Informations sur l'accessibilité

Nous pouvons apporter des installations ou prestations spécifiques pour les personnes en situation de handicap.
Nous pouvons adapter notre pédagogie aux différents participants afin, par exemple, de rendre accessible nos sessions aux différentes situations de handicap. Pour cela, précisez-le nous dès nos premiers échanges pour affiner notre démarche et faciliter l'acquisition des compétences par l'ensemble des participants.

Modalité d'admission et délais d'accès

Dates d'entrée en formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 8 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 3 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmées jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera requise.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé (type kit piéton)

En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),

Témoignages des Participants

(si formation déjà réalisée dans sa forme et son programme actuel)