

Formation certifiante

Fidélisation client

Rétention & churn

Customer Success

Formation Fidélisation Client

Certification visée : « Gérer la relation client dans une entreprise digitale » — RS6922

- ✓ 400h de formation, 100% à distance
- ✓ Classes Zoom en direct, ateliers et Q&A avec des CSM en poste
- ✓ Certification reconnue — RS6922, organisme Qualiopi
- ✓ 96% de taux d'obtention de la certification en 2025, 100% de taux de satisfaction

96%

Taux d'obtention de
la certification

100%

Taux de satisfaction

490+

Candidats certifiés
depuis le lancement

6 000 €

Éligible OPCO ·
financement
personnel possible

RÉSUMÉ & PROGRAMME

400h pour construire une relation client durable et mesurable

De la connaissance client à la réactivation, en passant par la satisfaction, la segmentation et le traitement des réclamations : la formation structure une stratégie de fidélisation mesurable, avec une forte dimension digitale et Customer Success — onboarding, churn, health scores, CRM, QBR et automatisation par l'IA.

Objectifs pédagogiques

- Relier satisfaction, fidélité, rétention et valeur client
- Segmenter un portefeuille selon priorité, risque, opportunité
- Exploiter NPS, CSAT, CES et churn pour écouter le client
- Construire des actions de fidélisation adaptées par segment
- Utiliser CRM, automatisation et IA sans perdre la relation humaine

Public visé

- CSM souhaitant renforcer fidélisation et rétention
- Account Managers / chargés de portefeuille
- Responsables service client, support, expérience client
- Professionnels en reconversion vers le Customer Success
- Étudiants Bac+2 souhaitant se spécialiser

Prérequis d'admission

- Bac+2 ou 2 ans d'expérience en contact client
- Entretien de positionnement obligatoire (30 min)
- Ordinateur et connexion internet

Programme de la formation — 3 blocs de compétences

1

Structurer et piloter la relation client en environnement digital

- ✓ Distinguer satisfaction, fidélité, rétention, recommandation, engagement client.
- ✓ Analyser le cycle de vie client et les moments qui influencent durablement la relation.
- ✓ Relier fidélisation aux objectifs de qualité de service, revenu, rentabilité.
- ✓ Centraliser données et interactions dans un CRM.
- ✓ Segmenter les clients selon valeur, besoins, comportement, potentiel.
- ✓ Identifier les clients prioritaires et adapter l'accompagnement.
- ✓ Construire des dispositifs d'écoute (enquêtes, entretiens, feedbacks, verbatims, réclamations).
- ✓ Exploiter NPS, CSAT, CES et retours qualitatifs.
- ✓ Transformer les irritants en actions d'amélioration continue.
- ✓ Structurer les étapes d'intégration d'un client, clarifier les objectifs attendus.
- ✓ Définir les jalons d'activation, d'adoption, de valeur perçue.
- ✓ Mettre en place indicateurs et rituels de suivi pour prévenir le décrochage.

2

Développer et coordonner un portefeuille clients en environnement digital

- ✓ Identifier les causes de départ et signaux faibles de désengagement.
- ✓ Construire un health score pour prioriser les actions de rétention.
- ✓ Définir des plans de sauvegarde et de reconquête selon le niveau de risque.
- ✓ Définir objectifs et leviers de fidélisation selon les profils clients.
- ✓ Concevoir rituels relationnels, programmes de fidélité, recommandation, ambassadeurs.
- ✓ Personnaliser communications, avantages, actions de suivi selon valeur et attentes.
- ✓ Structurer le traitement et le suivi des réclamations.
- ✓ Adapter sa communication aux situations d'insatisfaction ou de tension.
- ✓ Transformer les réclamations récurrentes en chantiers d'amélioration du parcours.
- ✓ Identifier les opportunités d'upsell, cross-sell, renouvellement, referral.
- ✓ Préparer des revues de compte ou QBR quand le contexte le justifie.
- ✓ Suivre rétention, revenu récurrent et valeur client pour mesurer l'impact.

3

Relation client augmentée par l'IA

- ✓ Identifier les tâches de suivi, relance et qualification automatisables.
- ✓ Construire des séquences adaptées aux étapes du cycle de vie client.
- ✓ Définir les moments nécessitant intervention humaine ou personnalisation renforcée.
- ✓ Analyser feedbacks et verbatims pour faire émerger les irritants.
- ✓ Détecter les signaux de churn et prioriser les actions.
- ✓ Utiliser l'IA pour les synthèses, la personnalisation et le pilotage du portefeuille.
- ✓ Construire des tableaux de bord combinant satisfaction, rétention, churn, expansion, valeur client.
- ✓ Comparer les résultats par segment et par action.
- ✓ Formaliser une démarche d'amélioration continue.
- ✓ Appliquer transparence, conformité et protection des données aux usages CRM/IA.
- ✓ Limiter les risques de sur-sollicitation, personnalisation intrusive, automatisation inadaptée.

Customer Success Manager (CSM)

Account Manager / chargé de portefeuille

Responsable fidélisation ou rétention client

Responsable relation client

Chargé de développement de portefeuille client

MODALITÉ & ÉVALUATION

Synchrone 40% · 160h

E-learning 46% · 185h

Épreuves 14% · 55h

BLOC	ÉPREUVE ÉCRITE	ÉPREUVE ORALE	SEUIL
1	Étude de cas relation client et onboarding	Soutenance à distance	≥80%
2	Dossier professionnel portefeuille client	Soutenance avec QBR simulé	≥80%
3	Étude de cas IA et automatisation	Soutenance à distance	≥80%

INDICATEUR	RÉSULTAT
Taux de validation	72,7%
Taux d'abandon	0%
Satisfaction	96%
Certifiés depuis lancement	490+

PROCHAINES SESSIONS 2026	DATES
Session 1 → 3	4-29 mai · 1-26 juin · 29 juin-24 juil.
Session 4 → 6	3-28 août · 31 août-25 sept. · 28 sept-23 oct.

Outils & méthodes

100% distanciel, sans déplacement. Zoom, Kare Courses, Slack, Digiforma. Assistance : hello@kare.school

FINANCEMENT & CONTACT

OPCO

France Travail

Plan de développement

Financement personnel

Inscription au plus tard 14 jours ouvrés avant le début, sous réserve de places.
Entretien de positionnement obligatoire (30 min). Certification RS6922 (France Compétences, enregistrée jusqu'au 28/11/2027). Accessible aux personnes en situation de handicap – aménagements sur demande auprès d'admin@kare.school.

Organisme	Kare School
Contact	hello@kare.school 06 48 78 76 13
Adresse	9 place Jacques Marette, 75015 Paris
Tarif	6 000 € – Éligible OPCO