

ML01 — 2 JOURS



Email marketing & CRM : convertir et fidéliser

PROGRAMME DE FORMATION - Version 4 - 01.09.2026

Durée

2 jours (14h)

Niveau

Fondamental

Format

Présentiel / Visio

200 Cours Balguerie Stuttenberg

33300 Bordeaux

Tél. : 05 25 33 18 04

contact@target-formation.fr

Introduction

L'email marketing et le CRM forment un duo essentiel pour transformer une base de contacts en parcours client structuré, de la première interaction jusqu'à la fidélisation.

Cette formation de deux jours permet de relier segmentation, campagnes, qualification des contacts, automatisation et pilotage de la performance dans une approche concrète et directement applicable.

Les participants apprennent à organiser leur base CRM, créer des segments utiles, concevoir des emails adaptés aux différentes étapes du cycle de vie, mettre en place des scénarios automatisés et définir une logique simple de lead scoring. L'intelligence artificielle est intégrée comme assistant pour la rédaction, la personnalisation, l'analyse et l'aide à la qualification, avec validation humaine systématique.

À l'issue de la formation, chaque participant repart avec un dispositif opérationnel : segmentation, grille de scoring, campagne, scénario automatisé, indicateurs de suivi et kit de prompts réutilisables.

Référence

ML01

Durée

2 jours (14h)

Niveau

Fondamental

LieuToute la France
(présentiel/visio)**Type de formation**

Collective (intra/inter-entreprise)

Dates de sessions

À la demande du client sous un délai de 2 semaines

Objectifs & Public cible

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES



Définir une stratégie d'email marketing orientée acquisition, conversion et fidélisation



Organiser et segmenter une base de contacts dans un CRM en respectant les principes de conformité



Concevoir des campagnes adaptées aux différentes étapes du parcours client



Mettre en place des scénarios automatisés simples et cohérents avec le cycle de vie du contact



Définir des critères de qualification et une grille simple de lead scoring



Utiliser l'IA pour accélérer la rédaction, la personnalisation, l'analyse et l'aide au scoring



Suivre les principaux KPI et améliorer les campagnes dans une logique de test & learn

POUR QUI ?



Responsables marketing, chargés de communication ou chefs de projet CRM



Commerciaux et business developers souhaitant structurer leur relation client



Indépendants et dirigeants de TPE/PME gérant leur marketing en autonomie

Target Formation s'est doté d'une capacité à étudier, au cas par cas, les besoins spécifiques aux candidats qui voudront postuler à une formation afin de mobiliser les moyens nécessaires pour un accompagnement particulier.

Jour 1 — Modules 1 & 2 — Stratégie & Organisation CRM



Module 1 — Construire sa stratégie Email Marketing & CRM



Module 2 — Organiser et segmenter sa base CRM



Ateliers pratiques

Module 1 — Construire sa stratégie Email Marketing & CRM

- Comprendre la place de l'email dans le parcours client et la relation avec le CRM
- Différencier prospect, lead, opportunité, client et client fidèle
- Définir ses objectifs : acquisition, conversion, nurturing, fidélisation et réactivation
- Identifier les principaux types d'emails : newsletter, commercial, transactionnel, relance, réactivation et fidélisation
- Identifier les moments clés du cycle de vie client et relier chaque étape à une action marketing ou commerciale

Module 2 — Organiser et segmenter sa base CRM

- Comprendre le rôle d'un CRM et structurer les informations utiles sur un contact
- Nettoyer, fiabiliser et maintenir la qualité de la base
- Créer des segments par profil, activité, comportement, historique d'achat, engagement ou étape du parcours
- Utiliser des listes dynamiques et limiter la sur-sollicitation
- Comprendre consentement, opt-in, désabonnement et principes essentiels du RGPD

Atelier pratique : Cartographier le parcours d'un contact de l'acquisition à la fidélisation, puis créer une segmentation adaptée à l'entreprise.

Jour 1 — Modules 2bis & 3 — Scoring & Emails performants



Module 2bis — Scoring et qualification des contacts



Module 3 — Concevoir des emails qui donnent envie d'agir



Ateliers pratiques

Module 2bis — Scoring et qualification des contacts

- Comprendre le principe du lead scoring : profil, comportement et niveau d'engagement
- Identifier les signaux utiles : clic, visite, téléchargement, demande de devis, participation, achat ou inactivité
- Définir des niveaux de maturité : froid, tiède, chaud
- Associer un seuil de score à une action : nurturing, relance, transfert au commercial ou réactivation
- Utiliser l'IA pour proposer des critères de segmentation, structurer une grille de scoring et interpréter des données simples

Module 3 — Concevoir des emails qui donnent envie d'agir

- Construire un email autour d'un objectif unique
- Travailler l'expéditeur, l'objet, le préheader, l'accroche, l'argumentaire, les preuves et le CTA
- Adapter le message au niveau de maturité du contact et personnaliser sans donner une impression artificielle
- Concevoir des emails lisibles sur mobile et cohérents avec le ton de marque
- Utiliser l'IA pour générer des angles, objets, préheaders, variantes A/B et séquences d'emails
- Contrôler, retravailler et valider systématiquement la production générée

Atelier pratique : Création d'une grille de scoring adaptée à l'entreprise, puis conception d'un email performant avec variantes.

Jour 2 — Modules 4 & 5 — Délivrabilité & Scénarios CRM



Module 4 — Délivrabilité et pilotage des campagnes



Module 5 — Construire des scénarios CRM et automatisés



Ateliers pratiques

Module 4 — Délivrabilité et pilotage des campagnes

- Comprendre les facteurs de délivrabilité et la qualité de la base
- Notions essentielles : réputation de l'expéditeur, SPF, DKIM, DMARC, rebonds et désabonnements
- Éviter les pratiques assimilées au spam et limiter la fatigue marketing
- Interpréter avec prudence le taux d'ouverture et privilégier les indicateurs réellement actionnables
- Suivre les clics, conversions, désabonnements, rebonds, engagement par segment et performance par scénario

Module 5 — Construire des scénarios CRM et automatisés

- Comprendre la logique : déclencheur → condition → segmentation → action → délai → nouvelle condition
- Scénarios étudiés : accueil, nurturing, suivi après téléchargement, relance de devis, abandon de panier, post-achat, demande d'avis, cross-sell / upsell, réactivation et fidélisation
- Faire travailler CRM et emailing ensemble : changement de statut, attribution au commercial, création de tâche, notification, ajout ou retrait de liste, mise à jour du score et déclenchement d'une séquence

Atelier pratique : Analyser une campagne et identifier les actions correctives prioritaires, puis construire un scénario automatisé complet.

Livrables remis aux participants

À l'issue de la formation, chaque participant repart avec des outils directement réutilisables dans son activité.



Plan d'action Email Marketing & CRM



Checklist email performant



Matrice de segmentation



Tableau de KPI



Grille simple de lead scoring



Kit de prompts IA Email & CRM



Modèle de scénario automatisé



Workflow personnalisé

Module 6 — IA, scoring & Test & Learn

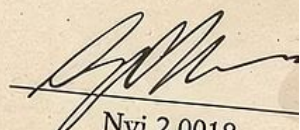
- Ne pas transmettre de données personnelles ou confidentielles dans un outil non autorisé
- Contrôler les informations, le ton et la cohérence des propositions générées
- Éviter les automatisations sans supervision pour les décisions commerciales importantes
- Conserver une validation humaine avant diffusion ou déclenchement d'une action
- Tester les objets, CTA, angles, segments, timings, fréquences et scénarios ; comparer les résultats et améliorer en continu

Ce programme peut faire l'objet d'adaptations en fonction des besoins des participants et des évolutions des outils utilisés.

ertificate of Completion

Alex Johnson

In recognition of successful completion
of the training program


Nvi 2.0018

Organisation pédagogique

Un parcours structuré autour des conditions d'accès, des moyens mobilisés et des modalités de suivi.



1

Prérequis

- Utilisation courante d'un ordinateur
- Connaissances de base en marketing ou communication recommandées
- Aucun prérequis technique spécifique en CRM ou IA



2

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentiel : salle équipée et supports projetés
- Formation à distance : visioconférence via TrainerCentral, Zoom ou Teams, supports et documentation mis à disposition



3

Supports et outils pédagogiques

Vous disposerez des éléments nécessaires pour le bon déroulement de votre formation en présentiel ou visio :

- Support pédagogique et fiches pratiques Email & CRM
- Ordinateur avec accès Internet
- Démonstrations du formateur
- Cas pratiques et exercices guidés



4

Dispositif de suivi et évaluation

- Questionnaire de positionnement envoyé en amont pour adapter le contenu aux besoins des participants
- Feuilles d'émargement physiques ou numériques pour certifier la présence
- Tour de table des stagiaires en début de formation
- Exercices pratiques et QCM final pour la validation des acquis
- Questionnaires de satisfaction à chaud et à froid pour évaluer la qualité de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation délivré aux participants

Les plus de cette formation

Une formation conçue pour relier stratégie, outils, CRM, automatisation et usages responsables de l'IA.



Approche 100 % opérationnelle

Un dispositif complet : segmentation, scoring, campagne, scénario et KPI directement applicables



Ateliers pratiques

Des exercices concrets sur les deux journées pour construire son propre dispositif Email & CRM



IA intégrée et encadrée

L'intelligence artificielle est utilisée comme assistant avec validation humaine systématique



Livrables opérationnels

8 outils directement réutilisables remis à l'issue de la formation

Contact & Accessibilité

Julien Petitjean — Responsable administratif / référent handicap

- Email : contact@target-formation.fr
- Tél. : 05 25 33 18 04
- Délai d'accès : à la demande du client, sous réserve de disponibilité du formateur
- Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise
- Adaptation possible selon les besoins identifiés pour les personnes en situation de handicap

Target Formation

une marque enregistrée de Target Web NDA : 75 33 16453 33

© 2026 - Target Formation - Tous droits réservés



www.target-formation.fr

