GAMMA SKILLS

MARKETING ET COMMUNICATION : STRATÉGIES DE COMMUNICATION EFFICACE ET GESTION DE LA RELATION CLIENTS

06 69 45 00 41 gammaskills11@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement
Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, ou par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation
La formation se déroule en présentiel en région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :
Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.
Contact : 06 69 45 00 41 / gammaskills11@gmail.com

Délai et modalités d'accès
Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation
Aucun prérequis

Public concerné
Public souhaitant approfondir ses connaissances et développer des compétences opérationnelles dans "Marketing et communication : Stratégies de communication efficace et gestion de la relation clients "

Objectifs et compétences visées
À l'issue de la formation, les participants seront capables de :
- Développer une stratégie de communication efficace adaptée à leur entreprise.
- Mettre en œuvre des actions de communication interne et externe percutantes.
- Gérer et optimiser la relation client avec des outils adaptés.
- Analyser les besoins des clients pour proposer des solutions sur-mesure.
- Utiliser des outils de gestion de la relation client (CRM) et de fidélisation.

Méthodes pédagogiques mobilisées
- Apports méthodologiques structurés illustrés par des exemples concrets issus du contexte de l'entreprise
- Études de cas pratiques basées sur des situations réelles de marketing opérationnel
- Ateliers d'application permettant la conception d'actions marketing directement exploitables
- Mises en situation professionnelles (analyse de visibilité, choix d'outils digitaux, suivi d'indicateurs)
- Accompagnement individualisé avec évaluations formatives et retours personnalisés sur les travaux réalisés

Durée
14 heures

Tarif
700 € TTC

Planning de formation

JOUR 1 – Stratégies de communication et plan d'action (7h)

08h30 – 10h00 : Introduction au marketing et à la communication
- Définir le marketing stratégique et opérationnel.
- Bases de la communication interne et externe.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Construire une stratégie de communication efficace
- Objectifs, cibles, messages clés, canaux de diffusion.
- Identité de marque et cohérence des supports.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Communication interne & externe
- Mobilisation des équipes et gestion du changement.
- Relation avec clients, partenaires et investisseurs.

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Atelier pratique – Élaboration d'un plan de communication
- Choix des leviers (publicité, RP, médias sociaux, événements).
- Mise en pratique sur un cas concret.

OUR 2 – Relation client, CRM et fidélisation (7h)

08h30 – 10h00 : Gestion de la relation client (CRM)
- Principes du CRM et importance de la fidélisation.
- Outils CRM (Salesforce, HubSpot, Zoho).

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Stratégies de fidélisation et gestion des réclamations
- Techniques de rétention client.
- Transformer une réclamation en opportunité.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Mesure de la performance et analyse
- KPIs clés (notoriété, engagement, conversion).
- Outils d'analyse (Google Analytics, Facebook Insights).

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Atelier final et évaluation
- Simulation de gestion client et suivi CRM.
- Présentation des projets de communication.
- Feedback du formateur et des pairs.

Modalités d'évaluation :
- Examen final basé sur un projet personnalisé de campagne de marketing digital.

Indicateurs de performance
- Taux de satisfaction des stagiaires : ...%
- Taux d'assiduité : ...%
- Taux de réussite : ...%
- Taux et causes d'abandon : ...%
- Taux de recommandation : ...%