



Mettre en Place un Programme de Customer Advocacy pour Transformer les Grands Comptes Satisfaits en Ambassadeurs Commerciaux

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/mettre-en-place-un-programme-de-customer-advocacy-pour-transformer-les-grands-comptes-satisfaits-en-ambassadeurs-commerciaux>

 DURÉE
5 jours (35h)

 RÉFÉRENCE
COM96

 CATÉGORIE
**Account-Based Selling
& Gestion Stratégique
des Grands Comptes**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Comprendre les principes et enjeux stratégiques du Customer Advocacy en B2B
- ✓ Identifier les grands comptes présentant le meilleur potentiel d'ambassadeur
- ✓ Mettre en place des critères objectifs de sélection et de segmentation
- ✓ Exploiter les données de satisfaction pour détecter les clients prêts à recommander l'entreprise
- ✓ Concevoir une proposition de valeur attractive pour les clients ambassadeurs
- ✓ Construire un programme Customer Advocacy structuré et adapté aux grands comptes
- ✓ Créer des témoignages, études de cas et références clients à forte valeur commerciale
- ✓ Mobiliser les ambassadeurs dans les cycles de vente complexes et les stratégies de développement commercial
- ✓ Organiser une communauté de clients engagés et créer des interactions à forte valeur
- ✓ Synchroniser les équipes Sales, Marketing et Customer Success autour du programme
- ✓ Définir les KPI permettant de mesurer l'engagement et la contribution commerciale des ambassadeurs
- ✓ Calculer le ROI du Customer Advocacy et industrialiser le programme pour soutenir durablement l'acquisition, la fidélisation et l'expansion

POUR QUI ?

- ✓ Customer Success Managers
- ✓ Customer Success Directors
- ✓ Customer Marketing Managers
- ✓ Customer Advocacy Managers
- ✓ Account Managers et Key Account Managers
- ✓ Strategic Account Managers
- ✓ Enterprise Account Executives
- ✓ Sales Managers et Directeurs commerciaux
- ✓ Responsables Marketing B2B
- ✓ Community Managers orientés B2B
- ✓ Sales Enablement Managers
- ✓ responsables expérience et fidélisation client
- ✓ Responsables grands comptes souhaitant transformer leurs clients satisfaits en références commerciales actives



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux du Customer Advocacy

- Définir le Customer Advocacy et son rôle dans la croissance B2B
- Comprendre le lien entre satisfaction, fidélisation, recommandation et acquisition
- Identifier les conditions permettant de transformer un client satisfait en ambassadeur

2 / Identifier et segmenter les clients ambassadeurs potentiels

- Définir les critères d'éligibilité au programme
- Exploiter satisfaction, NPS, ancienneté, résultats obtenus et engagement
- Construire une segmentation des clients selon leur potentiel d'advocacy

3 / Mesurer la satisfaction et détecter les signaux d'advocacy

- Exploiter NPS, CSAT, enquêtes et feedbacks qualitatifs
- Identifier les signaux d'enthousiasme et de fidélité
- Détecter les risques avant de solliciter un client pour une action d'advocacy

4 / Construire la proposition de valeur pour l'ambassadeur

- Comprendre les motivations du client à témoigner ou recommander
- Créer une expérience valorisante et non intrusive
- Définir les bénéfices relationnels, professionnels et communautaires du programme

5 / Concevoir le programme Customer Advocacy

- Définir les objectifs, niveaux d'engagement et parcours ambassadeur
- Construire un programme adapté aux grands comptes
- Définir les règles, processus, ressources et responsabilités internes

6 / Créer des témoignages et références clients

- Préparer des études de cas, témoignages vidéo et citations clients
- Structurer les success stories autour du problème, de la solution et des résultats
- Obtenir les validations nécessaires avant toute utilisation commerciale

7 / Transformer les ambassadeurs en leviers commerciaux

- Organiser références, appels clients, recommandations et témoignages
- Mobiliser les ambassadeurs dans les cycles de vente complexes
- Utiliser la preuve sociale pour renforcer la confiance des prospects

8 / Animer une communauté de clients ambassadeurs

- Organiser événements, tables rondes et communautés privées
- Créer des interactions entre clients, prospects et experts
- Développer une relation durable au-delà des actions commerciales ponctuelles

9 / Intégrer Customer Success, Sales et Marketing

- Définir les rôles des équipes dans le programme
- Synchroniser données clients, opportunités commerciales et actions marketing
- Mettre en place des workflows de détection, sollicitation et suivi des ambassadeurs

10 / Mesurer le ROI et industrialiser le programme

- Suivre les KPI : advocacy, références, influence, pipeline et revenus générés
- Mesurer l'impact sur acquisition, conversion, rétention et expansion

- Optimiser et faire évoluer le programme à partir des résultats obtenus

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

 02 au 06 Nov. 2026

 Présentiel - Casablanca

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@innov-maroc.com

 **Web** : <https://www.innov-maroc.com>

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM96

INNOV MAROC — Tous droits réservés