

Déployer le Customer Success Management pour Réduire le Churn de 20 % et Maximiser la Lifetime Value des Clients B2B

Lien : https://innov-maroc.com/formation/deployer-le-customer-success-management-pour-reduire-le-churn-de-20-et-maximiser-la-lifetime-value-des-clients-b2b

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM101

CATÉGORIE
Customer Success, Expérience Client & Revenue Operations (RevOps)

INNOV MAROC

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les principes et leviers du Customer Success Management en environnement B2B
- Structurer une stratégie de rétention visant une réduction mesurable du churn
- Segmenter les clients selon leur valeur, potentiel et niveau de risque
- Cartographier le Customer Journey et identifier les moments critiques
- Construire un processus d’onboarding permettant d’accélérer le Time-to-Value
- Élaborer des Customer Success Plans adaptés aux différents profils de clients
- Détecter les signaux faibles annonçant un risque de churn
- Construire et exploiter un Customer Health Score
- Mesurer satisfaction, adoption, rétention et création de valeur client
- Piloter les renouvellements, l’expansion, l’upselling et le cross-selling
- Maîtriser les KPI clés : Churn Rate, NRR, GRR, LTV, NPS, CSAT et Expansion Revenue
- Construire un dispositif Customer Success piloté par la donnée permettant d’améliorer durablement la rétention et la Lifetime Value

INNOV MAROC

POUR QUI ?

- Customer Success Managers (CSM)
- Customer Success Directors et Heads of Customer Success
- Account Managers et Key Account Managers
- Strategic Account Managers
- Account Executives responsables du suivi post-vente
- responsables fidélisation et rétention clients
- Sales Managers et Directeurs Commerciaux
- Revenue Operations Managers
- Customer Experience Managers
- responsables Service Client et Relation Client B2B
- responsables renouvellement et expansion
- dirigeants de SaaS, entreprises technologiques et sociétés de services B2B
- Professionnels souhaitant structurer une démarche Customer Success orientée réduction du churn, rétention et maximisation de la Lifetime Value

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du Customer Success Management

- Distinguer Customer Success, Customer Service, Account Management et Support
- Comprendre les leviers de rétention et de création de valeur client
- Définir les responsabilités du Customer Success dans le cycle de vie B2B

2 / Segmenter et prioriser le portefeuille clients

- Classer les clients selon valeur, potentiel, complexité et niveau de risque
- Définir différents modèles de couverture : High Touch, Low Touch et Tech Touch
- Prioriser les comptes nécessitant une intervention proactive

3 / Cartographier le parcours et l’expérience client

- Identifier les étapes clés du Customer Journey
- Détecter les moments critiques susceptibles de générer insatisfaction ou churn
- Construire une expérience client cohérente de l’onboarding au renouvellement

4 / Réussir l’onboarding et accélérer le Time-to-Value

- Structurer un parcours d’intégration client
- Définir les objectifs, jalons et critères de réussite
- Réduire le délai nécessaire pour obtenir les premiers résultats tangibles

INNOV MAROC

5 / Construire un Customer Success Plan

- Définir les objectifs business du client et les résultats attendus
- Formaliser les actions, responsabilités, échéances et indicateurs
- Organiser les Business Reviews et plans d’action avec les comptes stratégiques

6 / Détecter et prévenir les risques de churn

- Identifier les signaux faibles de désengagement et d’insatisfaction
- Construire un Customer Health Score
- Mettre en place des alertes et plans de rétention proactifs

7 / Mesurer la satisfaction et la valeur perçue

- Exploiter NPS, CSAT, CES et feedbacks qualitatifs
- Relier satisfaction, usage et résultats business
- Transformer les retours clients en actions d’amélioration

8 / Piloter les renouvellements et l’expansion

- Anticiper les échéances de renouvellement
- Identifier les opportunités d’upselling et de cross-selling
- Augmenter la Lifetime Value grâce à l’adoption et à l’expansion du compte

9 / Construire les KPI et tableaux de bord Customer Success

- Suivre churn rate, retention rate, NRR, GRR, LTV et expansion revenue
- Segmenter les indicateurs par client, portefeuille et cohorte
- Construire un tableau de bord permettant de piloter l’objectif de réduction du churn

10 / Industrialiser et piloter la démarche Customer Success

- Définir les processus, rituels et responsabilités de l’équipe
- Mettre en place une boucle d’amélioration continue basée sur les données clients

INNOV MAROC

- Construire un plan d’action permettant de réduire durablement le churn et d’augmenter la Lifetime Value

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

08 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
31 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
26 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
20 au 24 Sep. 2027	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

INNOV MAROC — Tous droits réservés