



Marketing de la Subscription Economy : construire des modèles d'abonnement récurrents pour les services digitaux

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/marketing-de-la-subscription-economy-construire-des-modeles-dabonnement-recurrents-pour-les-services-digitaux>

 DURÉE
10 jours (70h)

 RÉFÉRENCE
MAR143

 CATÉGORIE
**Subscription Economy,
Marketplaces &
Modèles Récurrents**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Maîtriser les fondamentaux économiques et marketing de la Subscription Economy
- ✓ Identifier les opportunités de création de revenus récurrents dans les services digitaux
- ✓ Segmenter les utilisateurs et comprendre les facteurs déterminant leur engagement
- ✓ Construire une proposition de valeur adaptée à un modèle d'abonnement
- ✓ Concevoir une architecture d'offres et de niveaux d'abonnement cohérente
- ✓ Définir une stratégie de pricing optimisant valeur perçue, conversion et rentabilité
- ✓ Déployer des stratégies d'acquisition performantes pour recruter de nouveaux abonnés
- ✓ Optimiser l'onboarding et l'activation afin d'accélérer l'adoption du service
- ✓ Réduire le churn et développer durablement la rétention des abonnés
- ✓ Exploiter le CRM et le Marketing Automation pour piloter le cycle de vie client
- ✓ Maîtriser les principaux indicateurs de l'économie de l'abonnement et de la rentabilité client
- ✓ Mettre en place une démarche d'expérimentation et de Growth Marketing fondée sur la Data
- ✓ Développer la fidélisation, la communauté et la valeur relationnelle autour du service
- ✓ Élaborer une stratégie de scale-up permettant de construire des revenus récurrents, prévisibles et durables

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs et responsables marketing, digital et e-commerce
- ✓ Directeurs de Business Units développant des services digitaux récurrents
- ✓ Fondateurs et dirigeants de startups SaaS, plateformes et entreprises digitales
- ✓ Product Managers et responsables Product Marketing
- ✓ Growth Managers et responsables acquisition digitale
- ✓ Responsables CRM, Customer Lifecycle et Marketing Automation
- ✓ Responsables fidélisation, Customer Success et expérience client
- ✓ Responsables pricing, revenue management et stratégie commerciale
- ✓ Directeurs commerciaux et responsables du développement des revenus récurrents
- ✓ Data Analysts, Business Analysts et responsables de la performance digitale
- ✓ Consultants en stratégie, transformation digitale et modèles économiques
- ✓ Responsables innovation développant de nouveaux services digitaux
- ✓ Entrepreneurs souhaitant transformer une offre transactionnelle en modèle d'abonnement
- ✓ Dirigeants et cadres souhaitant structurer, optimiser ou accélérer un modèle de revenus récurrents



Programme détaillé

1 / Fondamentaux de la Subscription Economy

- Comprendre les principes économiques et marketing des modèles par abonnement
- Identifier les différences entre acquisition transactionnelle et revenus récurrents
- Analyser les facteurs de succès des services digitaux fondés sur l'abonnement

2 / Analyse du marché et identification des opportunités d'abonnement

- Identifier les besoins pouvant être transformés en services récurrents
- Analyser les tendances, usages et comportements des consommateurs digitaux
- Évaluer le potentiel économique et la maturité d'un marché d'abonnement

3 / Segmentation et compréhension des abonnés

- Segmenter les utilisateurs selon leurs besoins, usages, valeur et fréquence d'utilisation
- Construire des personas adaptés aux différents profils d'abonnés
- Identifier les facteurs déterminant l'inscription, l'utilisation et la fidélisation

4 / Conception de l'offre et proposition de valeur

- Construire une proposition de valeur suffisamment attractive pour générer un abonnement
- Définir les bénéfices fonctionnels, économiques et expérientiels de l'offre
- Concevoir des offres évolutives adaptées aux différents segments de clientèle

5 / Architecture des plans et niveaux d'abonnement

- Définir les formules Free, Basic, Premium, Pro ou Enterprise selon le modèle économique
- Structurer les fonctionnalités et avantages associés à chaque niveau
- Optimiser les mécanismes d'upselling, cross-selling et upgrade

6 / Pricing et stratégie de tarification récurrente

- Déterminer le prix optimal en fonction de la valeur perçue et de la disposition à payer
- Comparer les modèles mensuels, annuels, à l'usage et hybrides
- Mettre en place une stratégie de pricing favorisant la conversion et la rétention

7 / Acquisition et conversion des abonnés

- Concevoir des tunnels d'acquisition adaptés aux services par abonnement
- Optimiser landing pages, essais gratuits, démonstrations et offres d'entrée
- Réduire le Customer Acquisition Cost (CAC) tout en améliorant le taux de conversion

8 / Onboarding et activation des nouveaux abonnés

- Concevoir un parcours d'onboarding permettant d'atteindre rapidement la valeur produit
- Identifier et optimiser le moment d'activation de l'utilisateur
- Utiliser l'automatisation et la personnalisation pour accélérer l'adoption du service

9 / Engagement, rétention et prévention du churn

- Identifier les causes comportementales, économiques et fonctionnelles du désabonnement
- Mettre en place des stratégies de rétention adaptées aux différents profils d'utilisateurs
- Déployer des mécanismes de réengagement, fidélisation et réduction du churn

10 / CRM, Marketing Automation et Lifecycle Marketing

- Orchestrer des communications personnalisées selon les étapes du cycle de vie de l'abonné
- Automatiser les campagnes d'activation, engagement, renouvellement et rétention

- Exploiter le CRM et la Data pour développer la valeur client sur la durée

11 / Customer Lifetime Value et économie unitaire

- Calculer et interpréter la Customer Lifetime Value (CLV/LTV)
- Analyser les relations entre LTV, CAC, churn, ARPU et marge
- Construire une économie unitaire viable et scalable pour le modèle d'abonnement

12 / Expérimentation et optimisation de la croissance

- Concevoir des tests A/B sur les prix, offres, parcours et messages marketing
- Identifier les principaux leviers de conversion, activation et rétention
- Déployer une démarche Growth fondée sur la Data et l'expérimentation continue

13 / Fidélisation, communauté et valeur perçue

- Renforcer l'attachement des abonnés grâce à des expériences à forte valeur ajoutée
- Développer des programmes de fidélisation, avantages exclusifs et communautés privées
- Transformer les abonnés satisfaits en ambassadeurs et prescripteurs

14 / Pilotage et scale-up d'un modèle de revenus récurrents

- Construire un tableau de bord de pilotage des performances du modèle d'abonnement
- Suivre MRR, ARR, churn, retention, ARPU, LTV, CAC et taux de conversion
- Élaborer une stratégie de croissance durable et de passage à l'échelle

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 13 Nov. 2026

 Présentiel -

 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 24/10/2026 — Réf : MAR143
INNOV MAROC — Tous droits réservés