

Implémenter un Programme de Voice of the Customer (VoC) pour Aligner l'Offre Commerciale sur les Attentes Réelles du Marché

Lien : https://innov-maroc.com/formation/implementer-un-programme-de-voice-of-the-customer-voc-pour-aligner-loffre-commerciale-sur-les-attentes-reelles-du-marche

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM103

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 enjeux d’un programme Voice of the Customer
- Définir une stratégie VoC alignée sur les objectifs commerciaux et marketing
- Identifier les besoins, attentes, irritants et critères de décision des clients
- Concevoir des dispositifs efficaces de collecte de feedbacks qualitatifs et quantitatifs
- Exploiter enquêtes, entretiens, NPS, CSAT, avis clients et données issues des interactions commerciales
- Structurer et analyser les verbatims afin d’identifier les tendances et signaux faibles
- Utiliser les outils d’analyse sémantique et l’IA pour accélérer l’exploitation des données VoC
- Transformer les retours clients en insights directement exploitables par Sales, Marketing et Produit
- Adapter proposition de valeur, offre, pricing et argumentaires aux attentes réelles du marché
- Mettre en place un dispositif VoC continu permettant de mesurer l’impact des actions et d’améliorer durablement la performance commerciale

POUR QUI ?

- Directeurs Commerciaux et Sales Directors
- Directeurs Marketing et responsables Marketing
- Chief Customer Officers (CCO)
- Customer Experience Managers
- Customer Success Managers et Customer Success Directors
- Key Account Managers et Strategic Account Managers
- Product Managers et Product Marketing Managers
- responsables études de marché et Consumer Insights
- Sales Operations et Revenue Operations Managers
- responsables CRM et Customer Data
- responsables qualité et amélioration continue
- responsables transformation et expérience client
- Consultants en stratégie commerciale, marketing et expérience client
- Dirigeants souhaitant aligner leur offre, leur proposition de valeur et leur stratégie commerciale sur les attentes réelles de leurs clients

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du Voice of the Customer

- Définir le concept de Voice of the Customer et ses enjeux commerciaux
- Comprendre le lien entre voix du client, expérience client et performance commerciale
- Identifier les bénéfices d’une démarche VoC structurée

2 / Définir la stratégie et les objectifs du programme VoC

- Identifier les questions business auxquelles le programme doit répondre
- Définir les populations clients, prospects et utilisateurs à interroger
- Construire un dispositif VoC aligné sur la stratégie commerciale et marketing

3 / Cartographier les attentes et besoins des clients

- Identifier besoins explicites, implicites et non exprimés
- Cartographier les irritants, motivations, freins et critères de décision
- Construire des personas et segments fondés sur les attentes réelles

4 / Concevoir les dispositifs de collecte de la VoC

- Élaborer questionnaires, entretiens et guides d’interviews
- Exploiter enquêtes de satisfaction, NPS, CSAT et feedbacks qualitatifs
- Intégrer avis clients, tickets support, conversations commerciales et données digitales

INNOV MAROC

5 / Collecter et structurer les données clients

- Centraliser les retours provenant des différents points de contact
- Garantir la qualité, représentativité et traçabilité des données
- Organiser les verbatims et informations selon des catégories exploitables

6 / Analyser les verbatims et détecter les tendances

- Identifier thèmes récurrents, attentes émergentes et irritants majeurs
- Classifier les feedbacks par segment, produit, marché ou parcours
- Utiliser l’analyse sémantique et l’IA pour accélérer l’exploitation des données

7 / Transformer la VoC en insights commerciaux

- Distinguer signal faible, tendance et problème structurel
- Identifier les critères qui influencent l’achat et la fidélisation
- Transformer les retours clients en recommandations concrètes pour Sales et Marketing

8 / Adapter l’offre commerciale aux attentes du marché

- Identifier les évolutions nécessaires de l’offre, du pricing et du positionnement
- Construire des propositions de valeur basées sur les besoins réellement exprimés
- Prioriser les améliorations présentant le meilleur potentiel commercial

9 / Intégrer la VoC dans les processus commerciaux et marketing

- Connecter les insights VoC au CRM et aux outils de pilotage
- Alimenter segmentation, ciblage, argumentaires et campagnes marketing
- Faire de la VoC un outil permanent d’aide à la décision commerciale

10 / Piloter la performance et l’amélioration continue du programme VoC

- Définir les KPI de satisfaction, fidélisation, conversion et recommandation
- Mesurer l’impact des actions issues des feedbacks clients

INOV MAROC

- Installer une boucle continue : écouter, analyser, agir, mesurer et améliorer

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

07 au 11 Déc. 2026	Présentiel - Casablanca
01 au 05 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
29 Mars au 02 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
24 au 28 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 23 Juil. 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

INNOV MAROC — Tous droits réservés