



Durée de la formation ?

1 jour – soit 7 heures.

À qui s'adresse cette formation ?

À toute personne intéressée à maîtriser le concept de CLV pour la prise de décisions stratégiques, directeurs, marketeurs, statisticiens, actuaires, commerciaux, IT, etc. dans les assureurs, sociétés de courtage, bancassureurs.

Pour obtenir quoi ?

Maîtriser le concept de la Customer Lifetime Value, comprendre ses applications principales pour la prise de décision stratégique, segmentation des clients, choix de consommateurs à acquérir et à fidéliser, apprendre les premiers éléments de calcul de la CLV.

Quels objectifs pédagogiques ?

Maîtriser les éléments fondamentaux de calcul de la Customer Lifetime Value (CLV).

Développer des stratégies marketing basées sur la CLV.

Renforcer la compréhension de l'importance d'utiliser la CLV dans les stratégies marketing d'allocation d'investissements.

Quelles méthodes mobilisées ?

Les apports théoriques seront complétés par un exemple de calcul dans la 2ème partie de la formation.

Quels sont les prérequis ?

Obligatoires : concepts marketing de base

Utiles : CRM en assurance, statistique de base

Quelles modalités d'évaluation ?

Une évaluation des acquis des objectifs sera réalisée durant la formation.

Qu'allez-vous apprendre ?

Le concept de Customer Lifetime Value

- Introduction à la Customer Lifetime Value (CLV) et son importance dans la gestion de la relation client
- Définition de CLV
- Les différentes composantes de la CLV
- Le cycle de vie du client
- Le Past Customer value et la CLV : différences

Pourquoi la Customer Lifetime Value

- Pourquoi la CLV en assurance et bancassurance
- Utilisations de la CLV pour la prise de décision stratégique
- Le lien entre fidélité et profitabilité
- La fidélité attitudinale et comportementale

Applications

- Applications utiles de la CLV
- Sélectionner les consommateurs à acquérir
- Sélectionner les consommateurs à fidéliser

Exemple de calcul

- Modèle de calcul de la CLV et application sur EXCEL (Beta géométrique distribution, Weibull, multi-cohort, etc)

01 44 51 04 00
info@caritat.fr

! Chaque participant se munira d'un ordinateur portable pour les travaux pratiques.

Qui anime cette formation ?

Ilaria DALLA POZZA,

Professeur de Marketing et responsable du groupe de recherche de la bancassurance et assurance à l'IPAG Business School, Paris.



Lionel TEXIER,

Directeur associé fondateur Risk and Analysis

La formation en pratique...

Quand et où ?

23 septembre 2022

9 h 00 - 12 h 30 et 14 h 00 - 17 h 30
Caritat, Paris 8^e

Combien ça coûte ?

1 250 € HT + TVA 20%, soit 1 500 € TTC.

Les frais de participation couvrent la journée de formation, la documentation complète, le déjeuner et les pauses café.

Qu'en disent les stagiaires ?

« Très bien. »

PG, Actuaire certifié – Responsable Technique – GROUPAMA ASSURANCES MUTUELLES

« Très didactique. Très bien. On en veut toujours plus. Sujet très intéressant. »

EM, Chargé d'analyse statistique – MAAF ASSURANCES