Formation : SugarCRM : gérer la relation client et optimiser le cycle de vente

Code : J6JPQ

Durée : 14 heures

Délais d'accès : inscription jusqu'à 15 jours avant le démarrage (distanciel et inter-entreprises) ; 30 jours minimum avant le démarrage en intra-entreprise sur site.

Tarif : sur devis

Dans un contexte où la connaissance client devient un actif stratégique, les organisations qui exploitent pleinement leur CRM prennent un avantage mesurable sur leur cycle de vente et leur rétention. SugarCRM offre un environnement riche, mais sa valeur réelle dépend de la capacité des équipes à en utiliser les fonctionnalités avancées : automatisation des processus, segmentation fine, reporting actionnable. Cette formation de 14 heures permet aux collaborateurs concernés d'atteindre ce niveau d'exploitation, quel que soit leur périmètre métier.

Objectifs pédagogiques

- Naviguer dans l'interface SugarCRM et configurer l'environnement selon les besoins du poste
- Gérer le cycle de vie client de bout en bout, de la prospection à la fidélisation
- Automatiser les processus de vente et de marketing via les workflows et règles de routage
- Produire des rapports et tableaux de bord personnalisés pour piloter l'activité commerciale
- Adapter SugarCRM aux spécificités métier grâce aux modules, champs et workflows personnalisés

Public concerné

Cette formation s'adresse aux commerciaux et responsables des ventes qui pilotent un pipeline d'opportunités, aux équipes marketing en charge des campagnes et de la segmentation client, aux responsables support et relation client, ainsi qu'aux administrateurs CRM et chefs de projet impliqués dans le déploiement ou l'optimisation de SugarCRM au sein de l'organisation.

Prérequis

Connaissance de base des concepts CRM. Notions d'utilisation d'un ordinateur et de navigation sur internet. Une familiarisation avec les outils bureautiques est un plus.

Programme

Découverte et configuration de SugarCRM

Ce bloc pose les bases de l'environnement SugarCRM, en couvrant l'interface utilisateur, la personnalisation du tableau de bord et les paramètres essentiels à une utilisation conforme aux exigences de sécurité et de conformité.

- Présentation de SugarCRM : évolution, écosystème et positionnement sur le marché
- Navigation dans l'interface et personnalisation des vues et du tableau de bord
- Configuration avancée du profil utilisateur et des paramètres de sécurité (RGPD)
- Installation et configuration des connecteurs : réseaux sociaux, outils marketing

Gestion optimisée des contacts et des comptes

Ce bloc traite de la structuration de la base de données client, condition préalable à tout pilotage commercial fiable, en abordant la segmentation, la qualité des données et la collaboration entre équipes.

- Création, gestion et segmentation avancée des contacts : champs personnalisés, tags, scoring
- Importation et exportation de données : bonnes pratiques et gestion des doublons

- Gestion des comptes : hiérarchie, relations et informations financières
- Utilisation des rôles et des équipes pour une collaboration efficace
- Synchronisation des emails et calendriers via Sugar Connect

Optimisation des opportunités et du cycle de vente

Ce bloc couvre la gestion opérationnelle du pipeline commercial, de la création d'opportunités à l'intégration avec les outils de devis, en passant par l'automatisation des processus de vente.

- Création et gestion avancée des opportunités : pipelines personnalisés, étapes et probabilités
- Gestion des produits et services : catalogues, prix et remises
- Automatisation des processus de vente : workflows, règles de routage et alertes
- Analyse des performances commerciales : rapports personnalisés, tableaux de bord et prévisions
- Intégration avec des outils de devis et de facturation

Campagnes marketing performantes

Ce bloc aborde la conception et le suivi de campagnes multicanales depuis SugarCRM, en s'appuyant sur une segmentation fine des audiences et des mécanismes de mesure de l'efficacité marketing.

- Création et lancement de campagnes multicanales : emails, SMS, réseaux sociaux
- Segmentation avancée des audiences : critères comportementaux, démographiques et d'engagement
- Personnalisation dynamique des messages et tests A/B
- Suivi et analyse des performances : attribution et analyse des conversions
- Intégration avec des plateformes d'automatisation marketing (ex. : Mautic)

Analyse avancée et personnalisation de la plateforme

Ce bloc final permet aux équipes de tirer parti de la couche analytique de SugarCRM et d'adapter la plateforme aux processus internes, jusqu'à l'automatisation via Sugar Logic et l'API.

- Création de rapports et tableaux de bord personnalisés : filtres, regroupements et visualisations
- Analyse des données CRM : identification des tendances et des points d'amélioration
- Suivi des indicateurs clés de performance (KPI) : définition, mesure et suivi
- Personnalisation avancée : création de modules personnalisés, champs et workflows
- Automatisation avancée avec Sugar Logic et API

Compétences visées

À l'issue de cette formation de 14 heures, les collaborateurs seront capables de configurer et personnaliser SugarCRM en fonction des besoins de leur équipe, de gérer l'ensemble du cycle de vie client dans la plateforme, d'automatiser les processus de vente et les campagnes marketing, et de produire des analyses CRM exploitables pour soutenir la prise de décision commerciale et marketing.

Organisme de formation
Atova Conseil — SAS au capital de 5 000 €

SIRET 520 406 802 00022 — RCS Lyon B 520 406 802

Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 82 69 10927 69. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.

Atova Conseil est un organisme de formation certifié Qualiopi au titre des actions de formation.

L'Institut des ERP est un institut d'Atova Conseil.

Modalités – Lieux – Moyens techniques et pédagogiques – Encadrement (FR)

Référence : Modalites_Lieux_Moyens_Techniques_Pedagogique_Encadrament_Fr
Version : v1.3
Date de publication : 28/02/2026

1) Engagement général

Atova Conseil s'engage à adapter ses formations aux besoins réels du ou des participant(s), en tenant compte du contexte, des prérequis, des contraintes et des objectifs opérationnels définis en amont.

2) Modalités et lieux des actions de formation

Nous proposons des formations pouvant être organisées sous différents formats, y compris en journées réparties sur plusieurs semaines.

2.1 Au centre (présentiel)

Les formations peuvent se dérouler dans des salles adaptées et équipées. Lorsque la formation se déroule dans un centre partenaire, celui-ci met à disposition un environnement conforme à l'accueil et au bon déroulement de l'action.

2.2 En entreprise (présentiel sur site client)

Nous dispensons des formations sur site client en France, et selon les projets, à l'international (ex. Belgique, Suisse, Luxembourg).

2.3 En distanciel synchrone (FOAD)

Le formateur et le participant se connectent via une plateforme de visioconférence permettant un échange audio, le partage d'écran et, lorsque nécessaire, une prise en main à distance. Ce format permet de reproduire des conditions proches du présentiel tout en limitant les contraintes logistiques.

3) Accessibilité et prise en compte du handicap

Atova Conseil met en œuvre, dans la mesure du possible, les adaptations nécessaires à l'accueil et au suivi de toute personne en situation de handicap ou ayant un besoin spécifique.

Référent handicap (Atova Conseil)

- **Contact :** info@atova-conseil.com
- **Objet du message :** "Référent handicap – demande d'adaptation"

Processus (simple et traçable)

1. Recueil du besoin (échanges + éléments utiles communiqués par le bénéficiaire/participant).
2. Analyse de faisabilité et proposition d'aménagements (pédagogiques, organisationnels et/ou techniques).
3. Validation des adaptations avant démarrage, puis suivi pendant la formation.
4. Si nécessaire, orientation vers des acteurs/solutions de compensation externes.

4) Moyens techniques

4.1 Formations à distance (FOAD)

Le formateur dispose d'un ordinateur, d'un accès à un système de visioconférence, des logiciels/équipements nécessaires, d'une connexion Internet haut débit et de supports au format dématérialisé.
Le client/participant s'engage à disposer a minima d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet compatible ; un micro-casque est conseillé.

4.2 Formations en présentiel (en centre)

Le centre met à disposition le matériel nécessaire : salle équipée, ordinateur(s), logiciels/équipements requis, connexion Internet haut débit, supports dématérialisés.
Pour les formations nécessitant une pratique obligatoire, l'équipement et l'espace nécessaires sont fournis.

4.3 Formations en présentiel (sur site client)

Le client met à disposition du formateur le matériel nécessaire (hors ordinateur du formateur) : salle équipée, ordinateur(s), logiciels/équipements requis, connexion Internet.
Pour les formations nécessitant une pratique obligatoire, le client fournit l'équipement ou l'espace nécessaires.

5) Moyens pédagogiques

Les formations reposent sur une pédagogie active et orientée résultats, pouvant inclure :

- alternance d'exposés, travaux dirigés et travaux pratiques,
- pédagogie active / inversée selon les objectifs,
- mise en situation professionnelle, études de cas, exercices guidés,
- points d'étape réguliers (questions/réponses, tours de table, ajustements).

6) Moyens d'encadrement et de suivi (preuves)

6.1 Suivi administratif

- feuilles de présence/émargement signées par demi-journée (papier ou électronique),
- attestation de présence/fin de formation selon les cas.

6.2 Appréciation et amélioration continue

- questionnaires de satisfaction en fin de formation (participants),
- questionnaires de satisfaction en fin de formation (entreprises clientes, lorsque applicable),
- questionnaire d'appréciation formateur (lorsque applicable),
- questionnaire d'évaluation de l'impact à froid (ex. à 3 mois, selon les dispositifs et la nature de l'action).

7) Modalités d'évaluation des acquis

Les évaluations sont adaptées aux objectifs de l'action et peuvent combiner :

7.1 Évaluation diagnostique (avant entrée en formation)

- recueil/analyse du besoin adressé lors de la convocation,
- questionnaire d'auto-évaluation et/ou échange de cadrage.

7.2 Évaluation formative (pendant la formation)

- exercices, quiz/QCM, questions orales, travaux pratiques, études de cas, mises en situation.

7.3 Évaluation finale (en fin de formation)

- synthèse des acquis et validation des objectifs via une épreuve adaptée : étude de cas, mise en situation, restitution, ou test de connaissances, selon le programme.

> *Lorsque l'action mène à une certification/validation spécifique, les modalités associées sont décrites dans le programme de formation concerné.*