

EXPÉRIENCE CLIENT

3 jours

INTÉGRER LES ENJEUX, CONCEVOIR ET DÉLIVRER UNE EXPÉRIENCE MÉMORABLE

PROGRAMME DE LA FORMATION

INTÉGRER LES DÉFINITIONS ET LES ENJEUX DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

- › Historique du concept d'"Expérience client"
- › Définitions
- › Enjeux

Qu'est-ce qu'une bonne et une mauvaise expérience client

Votre pire et meilleure expérience client (Témoignages)

- › La prise en compte du rôle des émotions dans l'expérience client
 - l'origine des émotions
 - le rôle fondamental des émotions dans l'expérience client et la fidélisation
 - les six émotions fondamentales et leur déclinaison
 - les principes de gestion des émotions du client

Cas pratique : « dans les chaussures du client – les émotions du collaborateur de l'entreprise et du client »

- › Identifier les quatre étapes de la construction du plan d'expérience client
 - les objectifs de la méthode
 - les quatre étapes avec leurs composantes
 - les bénéfices de la méthode (intelligence collective, alignement, pragmatisme)

ETAPE 1 : UTILISER LE CUSTOMER FOCUS CANVAS POUR MIEUX COMPRENDRE VOS CLIENTS

- › Objectifs
- › Méthode : les sept questions et sous-questions

Travaux en groupe sur l'élaboration des questions

Exemple : La Vache Pourpre

Travail sur un cas réel "entreprise" de l'un des stagiaires

ETAPE 2 : CONSTRUIRE LE PARCOURS CLIENT

- › Méthodes
- › Notions-clés

Exemple : La Vache Pourpre

- › Utiliser les données du terrain et études clients pour objectiver l'expérience client
 - les six sources de données possibles (présentation détaillée de chaque source et de leur utilisation)
 - brief sur les travaux en groupe : méthode, produit fini

Travaux en groupe sur l'élaboration du parcours client

- › Identifier les attentes clients en termes d'expérience et les sources d'information
 - les tendances et piliers de l'expérience client : les attentes des clients, leurs évolutions, les facteurs clés de succès
 - les sources d'information à suivre

ETAPE 3 : CONSTRUIRE LE PLAN D'ACTION

- › Méthode
- › Notions-clés

Exemple : La Vache Pourpre

- › Les leviers humains et technologiques de l'expérience client
 - les fonctions et disciplines de l'entreprise qui concourent à l'expérience client
 - détail des leviers humains et technologiques pour chaque discipline
 - brief sur les travaux en groupe : méthode, produit fini

ETAPE 4 : PRIORISER, VALIDER ET PILOTER LE PLAN D'ACTION

- › Eléments méthodologiques
 - méthode de priorisation
 - méthode de validation
 - méthode de pilotage

Questions et réponses sur les problématiques spécifiques de mise en œuvre

Six questions sur les sujets abordés dans la formation

OBJECTIFS

Mettre en oeuvre les notions clés et les tendances de l'expérience client.
 Mieux comprendre les clients à fidéliser.
 Adopter une méthode structurée et pragmatique en 4 étapes pour améliorer l'expérience client.
 Exploiter les leviers d'amélioration et de pilotage de l'expérience client.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Apprentissage actif : les participants mettent en oeuvre la méthode "plan d'expérience client"
 Méthode pragmatique et opérationnelle
 Apport important sur les notions et tendances clés liées à l'expérience client
 Forte interactivité : chaque participant peut exposer les problématiques spécifiques de son entreprise

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Directeur Marketing – Com?, directeur Marketing & Digital?, Directeur Relation – Expérience client?, directeur Marketing – Ventes, responsable Marketing, responsable Digital?, Responsable Marketing – Com?, chef de marque / produit / marché?, chef de projet digital?, responsable Marketing client / relationnel?, responsable Expérience client?
 Il est recommandé de disposer d'une connaissance des fondamentaux du marketing ou de la relation client

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation
 Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

2 030 € HT - Réf : MPC-ECLI

Validité : 30 juin 2024

PROCHAINES SESSIONS

Formation à distance :
 du 27 au 29 mai 2024
 du 16 au 18 décembre 2024

Paris Montparnasse :
 du 20 au 22 mars 2024
 du 16 au 18 septembre 2024

Participant(e)

Mme M. Nom.....
 Prénom.....
 Fonction.....
 E-mail
 (obligatoire pour accéder à vos documents personnalisés, avant et après votre formation)
 Tél. (ligne directe).....
 Tél. mobile (pour infos de dernière minute).....
 Merci de nous indiquer si nous devons prévoir des mesures à mettre en œuvre pour les personnes nécessitant des aménagements particuliers :

Formation choisie

Titre
 Référence.....
 Dates
 Lieu.....
 Option proposée pour certaines formations : un accès e-ressources pendant un an, à un tarif très avantageux (remise de 50% sur le prix public).
 Merci de préciser votre choix :
 Formation + Accès e-ressources pendant un an * Formation seule

Tarif

Indiquez le tarif HT selon l'option choisie

Entreprise / Établissement

Raison sociale.....
 Adresse.....
 Code postal

--	--	--	--	--

..... Ville.....
 Téléphone..... Fax.....
 N° d'identification (TVA intracommunautaire).....
 Code APE / NAF..... N° Siret

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

.....

Responsable de l'inscription

Mme M. Nom..... Prénom.....
 Service/Fonction.....
 Tél. (ligne directe)..... E-mail.....

Facturation/Règlement

FACTURE À ADRESSER À L'ENTREPRISE / L'ÉTABLISSEMENT :

À l'attention de Mme M.
 Nom.....
 Prénom.....
 Service/Fonction.....
 E-mail.....
 Libellé de la facture.....

Si la facture est à adresser à l'entreprise mais à une autre adresse ou un autre service, merci de préciser

.....

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur la facture ?

OUI NON

Si OUI, numéro :
GERESO se réserve le droit de facturer une pénalité forfaitaire si le client n'a pas transmis son bon de commande avant le début de la formation

FACTURE À ADRESSER À L'OPCO :

Nom de l'OPCO.....
 Numéro de prise en charge.....
 Adresse de votre OPCO.....
 Code postal

--	--	--	--	--

.....
 Ville.....

Si GERESO n'a pas reçu l'accord de prise en charge de l'OPCO le dernier jour de la formation, le client sera facturé de l'intégralité du prix de la formation.

Fait à : Le :

Signature et cachet de l'Entreprise / l'Établissement, précédés de la mention « bon pour accord » :

.....

La signature de ce bulletin d'inscription vaut acceptation des conditions générales de vente précisées sur www.gereso.com/cgv/

Prise en charge (si parcours certifiant) :

CPF Entreprise OPCO