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 ? 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)

ÉTAPE 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 à partir du cas fictif "La Vache Pourpre"
Travail sur un cas réel "entreprise" de l'un des stagiaires

ÉTAPE 2 : CONSTRUIRE LE PARCOURS CLIENT

› Méthodes
› Notions-clés
Exemple à partir du cas fictif "La Vache Pourpre"
› Utiliser les données du terrain et études clients pour objectiver l'expérience client
– les six sources de données possibles : quelle utilisation ?
Travaux en groupe sur l'élaboration du parcours client - debriefing
› 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

ÉTAPE 3 : CONSTRUIRE LE PLAN D'ACTION

› Méthode
› Notions-clés
Illustration à partir du cas fictif "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

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

› Éléments méthodologiques
– méthode de priorisation
– méthode de validation
– méthode de pilotage
Questions / réponses sur les problématiques spécifiques de mise en œuvre
Quiz final - Les points clés à retenir

OBJECTIFS

Mettre en œuvre les notions clés et les tendances de l'expérience client.
Identifier 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 œuvre 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

Directeurs Marketing – Com?, directeurs Marketing & Digital?, Directeurs Relation – Expérience client?, directeurs Marketing – Ventes, responsables Marketing, responsables Digital?, responsables Marketing – Com?, chefs de marque / produit / marché?, chefs de projet digital?, responsables Marketing client / relationnel?, responsables 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

2 075 € HT - Réf : MPC-ECLI

Validité : 30 juin 2025

PROCHAINES SESSIONS

Formation à distance :
du 10 au 12 juin 2025

Paris Montparnasse :
du 5 au 7 mars 2025
du 1 au 3 décembre 2025

BULLETIN D'INSCRIPTION

GERESO SAS - 38 rue de la Teillaie
CS 81826 - 72018 LE MANS Cedex 2
Tél. 02 43 23 09 09 - Fax 02 43 23 77 07
formation@gereso.fr - www.gereso.com

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) .....

Mesures compensatoires pour les personnes en situation d'handicap :

.....

Formation choisie

Titre .....

Référence .....

Dates .....

Lieu .....

Options proposées pour certaines formations :
- Accès e-ressources pendant un an (remise de 40% sur le prix public)
- Veille juridique pendant un an (remise de 70% sur le prix public)
- Expertise décisionnelle d'une heure (remise de 30% sur le prix public)

Merci de préciser votre choix :

☐ Accès e-ressources* ☐ Veille juridique* ☐ Expertise décisionnelle

Indiquez le tarif total (Formation + option(s) choisie(s)) .....

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

Prise en charge (si parcours certifiant) :

☐ CPF ☐ Entreprise ☐ OPCO

☐ 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/mentions-legales-et-cgv*

Les informations recueillies sur ce formulaire sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont enregistrées dans un fichier informatisé par GERESO dans la finalité de traitement de votre demande. Conformément à la loi "informatique et libertés", vous pouvez exercer votre droit d'accès aux données vous concernant et les faire rectifier ou supprimer en vous adressant à : dpo@gereso.fr
** Les options "accès aux e-ressources pédagogiques" et "veille juridique", proposées en option en complément de la formation, sont renouvelables annuellement par tacite reconduction, sauf résiliation notifiée un mois avant la date d'échéance.*