

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

2 110 € HT - Réf : MPC-ECLI

Validité : 30 juin 2026

PROCHAINES SESSIONS

Paris Montparnasse :
 du 11 au 13 mars 2026
 du 14 au 16 octobre 2026

Formation à distance :
 du 1 au 3 juillet 2026

