

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

## Optimiser ses parcours clients en cross / omni canal

### Objectif de la formation

- Comprendre le périmètre du multicanal et la différence entre multi, cross et omnicanal
- Acquérir les réflexes pour décoder les différentes stratégies multicanal, les méthodes et outils pour mesurer la qualité de son intégration et apprendre à concevoir une stratégie cross-canal performante et adaptée à son entreprise

---

### A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis

Cette formation s'adresse aux personnes en charge de l'optimisation de la relation clients en cross-canal : directeurs marketing, responsable relation clients, chefs de projets marketing / CRM, responsables et chargés de projets e-commerce ou Web, chefs de projet AMOA SI, responsable et managers de call centers, managers de ventes...

### Progression pédagogique :

#### Premier jour

#### 1. Expérience client en cross et / ou multicanal : dernières tendances

- Dernières évolutions des comportements d'achat des clients : hyper-connectivité, autonomie, hyper-influence...
- Dernières évolutions en terme de positionnement des canaux : nouvelles possibilités de contact
- Prise de conscience de la nécessité de formaliser l'expérience client "cible"

#### 2. La bonne stratégie cross / omni canal : celle qui respecte l'empreinte génétique de la marque ou de l'enseigne

- Multicanal / cross canal / Omni canal : quelle différence ?
- Enjeux et objectifs spécifiques selon les secteurs d'activité
- Stratégies distinctes selon l'activité et le secteur :
  - Quelle présence sur quels canaux ?
  - Cross canal : synergie, complémentarité ou cloisonnement des canaux ?
- Les grandes étapes d'avancée pour l'intégration du cross / omni canal
- *Atelier n°1 : Evaluer le degré d'avancée de votre entreprise dans le projet*

#### 3. Formaliser un parcours client cross / omni canal "cible" : la méthode en 5 étapes

- Parcours clients : définition et intérêt
- *Atelier n°2 : Définir le cross / omni canal dans votre entreprise*
- Identifier les principaux enjeux et objectifs associés
- Délimiter le périmètre : étape, canaux, cible
- *Atelier n°3 : Construction de la première "matrice" pour votre Parcours Client*
- Scénarios clients

- *Atelier n°4 : Réflexion pour anticiper les scénarios sur l'un de vos parcours clients*

## Deuxième jour

### 4. Formaliser un parcours client cross / omni canal "cible" : la méthode en 5 étapes (suite)

- Formaliser vos recommandations / Adapter et personnaliser les parcours en fonction de la valeur, du potentiel, des scores clients:
  - Génération de trafic
  - Acquisition / collecte d'adresses...
  - Gestion de la prise de RV
  - Welcome process
  - Concrétisation de l'acte d'achat
  - Gestion du traitement de demandes client et des réclamations
  - Fidélisation, cross / up selling, rétention. Illustrations de dispositifs complets
- *Atelier n°5 : Identification progressive des dispositifs performants à recommander sur l'un de vos parcours clients*
- Nouveaux process de qualification
- Nouvelles fonctionnalités WEB / MOBILES
- Nouveaux automatismes de campagnes
- Aiguillages de parcours
- Passerelles à prévoir entre les outils digitaux & les canaux humains
- Nouveaux argumentaires, nouvelles postures
- Nouveaux process de dématérialisation ...
- Etc !
- Synthétiser vos besoins : exemples d'expression des besoins

### 5. Gagner du temps grâce à l'animation de sessions collaboratives

- Profil / Sélection des acteurs clé à inclure
- Contenu & Rythme des ateliers collaboratifs
- Techniques d'animation gagnantes : se légitimer, asseoir sa neutralité & son autorité, accélérer les productions
- *Atelier n°6 : Témoignage & Echange libre pour apport mutuel autour de cette thématique*

### 6. Suivre et mesurer la performance du dispositif cross canal

- Identifier les KPIs pour le suivi de la performance de vos nouveaux parcours clients

### 7. Assurer efficacement le pilotage de votre projet "nouveaux parcours clients"

- Évolutions d'organisation requises et exemples de société ayant passé le «cap»

### 8. Obtenir l'adhésion, conduire efficacement le changement

- Lever les principaux freins internes à l'avancée du multicanal
- *Atelier n°7 : Identification des freins potentiels dans votre entreprise, arguments associés*
- Techniques de sensibilisation et d'adhésion, best practices
- Sensibiliser les acteurs impactés en interne
- Impliquer et intégrer les vendeurs dans le dispositif

La formation sera animée par Nathalie Innocenti

## **Les moyens pédagogiques**

### **Support de formation**

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

### **Locaux - Matériel fourni**

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

*CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.*

### **Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi**

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

### **Convention de formation**

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

### **Durée de la formation**

La durée totale de la formation est de **14 heures**.