

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

Parcours et Expérience Clients : Savoir se différencier

Objectif de la formation

- Avoir les clefs pour comprendre toutes les dimensions des parcours clients et les leviers d'une expérience clients optimisée.
- Permettre de comprendre les fondamentaux, les concepts, les méthodes, les outils à utiliser, et les erreurs à éviter.
- Délivrer les nouvelles "pratiques" à mettre en œuvre et leurs applications pour créer des parcours et une expérience clients cohérente, différenciante, inspirée par vos clients.

A qui s'adresse cette formation ?

Aux chefs de projet et Directeurs Marketing, Digital, Expérience clients, Relation Clients, ou des Opérations

Pré-requis :

Maîtriser les fondamentaux du marketing et de la relation clients.

Progression pédagogique :

Premier jour

1. Dépasser les croyances limitantes sur l'expérience clients pour réussir

- « L'expérience clients ça ne crée pas de valeur »
- « L'expérience clients c'est la gestion de la recommandation clients »
- « L'expérience clients c'est de la relation clients (CRM) »
- Qu'est ce que l'expérience clients au final ? Fondamentaux, les métiers impactés, le changement de vision entreprise

2. Les nouveaux enjeux des parcours clients : mutation et disruption

- Comprendre le nouveau modèle clients en 10 points clefs
- L'enjeu de disruptions des parcours clients : « ubériser ou être ubérisé »
- Savoir identifier les différents types de parcours clients
- Définir les objectifs des clients sur des parcours clients observés
- *Atelier 1 : définir une typologie parcours clients dans son activité*

3. Best practices pour diagnostiquer ses parcours clients

- Un outil stratégique et de diagnostic : compréhension de la voix du client
- Panorama des techniques de compréhension de la voix des clients
- Comprendre ses clients et utilisateurs : les « personas »
- Transformer le rôle et la valeur ajoutée de ses points de contacts clients

- *Atelier 2 : définir les objectifs d'optimisation de parcours clients à partir de 3 cas d'entreprises*

Deuxième jour

4. Différencier ses parcours clients fonction de sa stratégie d'expérience

- Savoir cadrer sa démarche et ses objectifs parcours clients
- Choix de stratégie fonction de ses ambitions : du cross-canal à l'expérience inspirée clients

5. Les best practices de transformation parcours clients

- Les 4 étapes de transformation de parcours clients
- La Customer Journey Mapping ou cartographie de l'expérience clients
- *Atelier 3 : mise en pratique de la méthode « Customer Journey Mapping »*
- Définir les opportunités de transformation: moments de vérités clients et insights clients

6. Outils de pilotage et KPI expérience clients à mettre en oeuvre

- Mettre en oeuvre les bons indicateurs de performance Expérience Clients
- Les nouvelles tendances de pilotage expérience clients en temps réel
- *Atelier 4 : Définir quelles seront vos actions prioritaires et facteurs clefs de succès ?*

La formation sera animée par Philippe Neveu

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 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

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