PERFECTIONNER SA STRATÉGIE D'EXPÉRIENCE CLIENT

Faire de l’expérience client un levier de performance économique

FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

Ref. : C19EXPECLI

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1420 € HT

Repas inclus

Code Dokelio : AF_0000025683

Qu’il s’agisse de conquête ou de fidélisation des clients, voire des collaborateurs, une expérience client de qualité, pensée et maîtrisée, est devenue incontournable pour renforcer la performance de vos entreprises. Dans le contexte actuel de concurrence accrue, d'accélération technologique, de multiplication des canaux de contact et d’évolution générale des usages, l’ISM a développé une formation en expérience client centrée sur les parcours, pour en comprendre les enjeux et acquérir les réflexes, les méthodes et les pratiques concrètes indispensables à leur optimisation. Illustrée par de nombreux exemples BtoC et BtoB, cette formation en expérience client fait la part belle aux échanges et ateliers collectifs entre participants.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

20 et 21 déc. 2023

- **20/12/2023 09:00 --> 21/12/2023 17:30 à À distance**
  - 20/12/2023 09:00 --> 20/12/2023 17:30
  - 21/12/2023 09:00 --> 21/12/2023 17:30

OBJECTIFS

- Définir et mettre en œuvre des parcours client performants.
- Comprendre pourquoi, où, quand et comment l’expérience client peut créer plus de valeur pour ses clients et pour l’entreprise.
- Acquérir les méthodes, outils et bonnes pratiques pour concevoir des parcours et une expérience client permettant de se différencier.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l’objet d’une évaluation.

POUR QUI ?

Nouveaux responsables ou directeurs marketing, responsables relation ou expérience client, chefs de projet orientés client.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en œuvre une expérience client marquante.

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Pendant
Perfectionner sa stratégie d'expérience client

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- 5 conseils pour améliorer votre expérience client

Appréhender les nouveaux enjeux de l’expérience client omnicanale

- Analyser la disruption de l’expérience client.
- Décrypter les nouveaux usages et comportements clients.
- Différencier l’expérience client (CX) et l’expérience utilisateur (UX).
- Identifier les différents modèles d’expérience client et de parcours.
- S’approprier les leviers et les stratégies omnicanales.
- **Atelier** : prendre la mesure de l’émotion chez les clients.

Diagnostiquer l’expérience livrée et les parcours client

- Recueillir et comprendre la voix du client et des collaborateurs : collecte et usages.
- Confronter l’expérience attendue et l’expérience perçue.
- Analyser la qualité de ses canaux et points de contact : outils et méthodes.
- Pratiquer la veille et le benchmark de votre expérience client.
- **Atelier :** identifier les points de friction clients (pain points) à résoudre.

Définir une stratégie d’expérience client omnicanale et piloter ses parcours client

- Définir une stratégie CX et ses objectifs.
- Développer la proximité clients, concevoir et décliner des personas.
- Différencier ses parcours client selon sa stratégie d’expérience client.
- Construire des parcours client de façon collaborative : méthodes, pratiques et process.

Créer des parcours client omnicanaux fluides et personnalisés

- Adopter une vision transversale pour une expérience client sans couture : le Customer Journey Mapping.
- AB tests, heatmap, UX… : optimiser son expérience client en ligne.
- Saisir les opportunités de la data analyse et l’Intelligence Artificielle pour personnaliser ses parcours clients.

Piloter son expérience client omnicanale

- Mettre en place des indicateurs de performance expérience client pertinents.
- Assurer un pilotage en temps réel.
- Déduire les actions et axes d’amélioration prioritaires.
- Pratiquer la Symétrie des Attentions ®.
- **Atelier** : optimiser la valeur ajoutée de ses points de contact.

INTERVENANTS

Florian FERAL
BOOST MY CS

Bogna KACZMAREK
SENSO D'YSSEE

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap