



# PERFECTIONNER SA STRATÉGIE D'EXPÉRIENCE CLIENT

Faire de l'expérience client un levier de performance économique

## FORMATIONS COURTES

### INITIATION

BEST-OF

DDA

Ref. : C19EXPECLI

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1440 € 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.

L'expérience client est un **facteur clé de différenciation** dans le monde des affaires actuel. Améliorer votre stratégie d'expérience client peut transformer la **perception** de votre marque et fidéliser vos clients.

Pourquoi se former sur la stratégie d'expérience client ?

- **Optimiser chaque point de contact** pour offrir une expérience client de qualité et personnalisé.
- Comprendre les attentes des clients et les surpasser pour **renforcer leur fidélité**.
- Utiliser des outils et des techniques avancées pour évaluer et améliorer continuellement l'expérience client.

Vous souhaitez aller plus loin après cette formation et vous spécialiser sur le pilotage de l'expérience client ? Venez vous former sur : "[Mesurer et piloter la performance de son expérience client](#)".

## LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Paris

25 et 26 sept. 2025

- **25/09/2025 09:00 --> 26/09/2025 17:30 à Paris**
  - 25/09/2025 09:00 --> 25/09/2025 17:30
  - 26/09/2025 09:00 --> 26/09/2025 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.

## 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.
- Dédire 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

Consultant-formateur expert en Customer Success et relation client.

Bogna KACZMAREK

Expert en Parcours, Expérience et Culture Client.

## 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

