

CYCLE CERTIFIANT



Parcours certifiant customer success manager

Démarches et pratiques pour garantir une expérience client réussie

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure de mettre en oeuvre des parcours client optimisés et de réussir dans votre fonction de CSM.

MODULE 1 | 2 jours

Rôle et missions du customer success manager

Établir l'intérêt d'un responsable expérience client pour l'entreprise

- Connaître les piliers de l'expérience client.
- Comprendre l'intérêt d'un responsable expérience client spécifique dédié.

Le champ d'action du customer success manager

- Saisir besoins et attentes client : capitaliser sur des données client.
- **Atelier** : cartographie des partenaires internes du customer success manager.

Mobiliser les bons outils et leviers pour obtenir des résultats concrets en temps court

- Les outils et dispositifs incontournables de l'expérience client.
- Analyse statistique, nouvelles technologies... : les aptitudes techniques du customer success manager.

Établir une feuille de route pour améliorer les performances et la qualité de l'expérience client de sa marque

- Organiser et planifier les chantiers : établir un mode opératoire pérenne.
- Mesurer et analyser les performances des dispositifs mis en place.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

MODULE 2 | 2 jours

Customer success manager : piloter l'expérience client

Les parcours et l'expérience client au cœur des nouvelles stratégies marketing

- Les enjeux des parcours et de l'expérience client omnicanaux.
- Différencier expérience client et expérience utilisateur.

Diagnostiquer ses parcours client au regard du besoin client

- Écouter la voix du client pour créer ses personas.
- **Atelier** : identifier les points critiques client à résoudre dans le parcours client.

Faire de l'expérience client une expérience de marque mémorable

- La visualisation de l'expérience client et le Customer Journey Mapping.
- **Atelier** : dessiner un parcours client proactif et personnalisé avec une matrice de séquençement des étapes, le Customer Journey map.

MODULE 3 | 2 jours

Digitaliser son parcours client

Comprendre les enjeux de la digitalisation du parcours client

- Appréhender la diversification des canaux et la complexification du parcours client.
- Connaître les obligations légales et garanties réglementaires liées à la digitalisation.

Digitalisation du parcours client : conduire le changement en interne

- Faire le diagnostic des process existants à digitaliser.
- Construire un processus cible et la feuille de route associée grâce aux méthodes agiles.

Customer to business : partir du client pour choisir les points et outils de digitalisation du parcours client

- Adopter un plan de gestion global de l'expérience client, supprimer les silos entre services pour un parcours client sans couture.
- Insight client, analytics... : récolter et analyser des données pour comprendre les besoins client à chaque étape du parcours.

Tenir compte de la digitalisation du parcours client dans sa relation client

- Enrichir et fluidifier le parcours client digitalisé grâce à l'Intelligence Artificielle.
- **Atelier** : concevoir des workflow adaptés au parcours client digitalisé.

MODULE 4 | 2 jours

Mesurer et améliorer son expérience client grâce aux data

Intégrer les changements légaux et sociaux dans sa gestion des données clients

- Maîtriser les nouvelles législations en matière de protection des données : RGPD, ePrivacy.

- **Atelier** : s'adapter à la défiance des consommateurs et maintenir la confiance.

Connecter et consolider les données omnicanales, centraliser sa connaissance client

- Gérer le volume et la diversité des données.
- Adopter une vision unifiée : le référentiel client unique (RCU).

Traiter efficacement les données client pour améliorer l'expérience client et développer ses ventes

- Profiler les clients en exploitant leurs données : le Smart Data.
- Créer un modèle prédictif pour anticiper les besoins client.

Retrouvez le programme complet de cette formation sur ism.fr

PERFECTIONNEMENT

Code : EXP

- 8 jours - 56 heures
- Prix HT : 5100 € (repas inclus)

PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTEXP

- 9 jours - 63 heures
- Prix HT : 6180 € (repas inclus)

***Option certifiante**

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM responsable de l'expérience client attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.

PLANNING

Paris

- 6 - 7 juin 2019
- + 4 - 5 juillet 2019
- + 2 - 3 septembre 2019
- + 30 septembre au 1er oct. 2019
- 2 octobre 2019 (option certifiante)

- 14 - 15 novembre 2019
- + 5 - 6 décembre 2019
- + 9 - 10 janvier 2020
- + 5 - 6 février 2020
- + 7 février 2020 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification (1 jour)

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

OBJECTIFS

- Appréhender le rôle du customer success manager, ses objectifs et ses leviers d'action.
- Concevoir, optimiser et délivrer une expérience client unique.
- S'approprier les méthodologies efficaces pour mesurer l'expérience client.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du marketing.

PUBLIC CONCERNÉ

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

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

Distanciel

Quiz amont

Présentiel

Journée en présentiel

Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants
e-évaluation
Classes virtuelles
Modules vidéo

