

# Réussir ses parcours et son expérience client



Maîtriser les démarches et les meilleures pratiques de parcours et d'expérience client

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de mettre en œuvre une expérience client marquante.

## PROGRAMME

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

- Les enjeux des parcours et de l'expérience client.
- Différencier l'expérience client (CX) et l'expérience utilisateur (UX).
- Le niveau de maturité des politiques de parcours et d'expérience client.

### Diagnostiquer les parcours client

- La voix du client, des collaborateurs et des personas : pourquoi et comment ?
- De l'expérience attendue à l'expérience perçue.
- Le rôle et le positionnement de ses canaux et points de contact client.

### Piloter les parcours client

- Fixer et arbitrer les objectifs à atteindre.
- Définir une matrice de séquençement des étapes client selon l'activité, le secteur.
- Construire des parcours client proactifs et personnalisés : méthodes, pratiques et process.

### Définir une stratégie d'expérience client

- Déterminer ses objectifs et un niveau d'ambition expérience client.
- Le choix d'une stratégie d'expérience client.
- Quand l'expérience client devient « l'expérience de marque ».

### Diagnostiquer l'expérience client

- Le choix d'une typologie de clients ou d'utilisateurs.
- Les moments de vérité client.
- L'omnicanal : quels impacts ?

### Les best practices de la transformation de l'expérience client

- Les 4 étapes pour construire des parcours client proactifs.
- La visualisation de l'expérience client et le Customer Journey Mapping.
- La coconstruction collaborative.

### Le pilotage de l'expérience client

- Les modes de pilotage : start-up ou top down ?
- La mise en œuvre d'indicateurs de performance.
- Le pilotage en temps réel.

## MODULES DISTANCIELS

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

Retrouvez le programme complet de cette formation sur [ism.fr](http://ism.fr)

## INITIATION

Code : EXPECLI

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

## OBJECTIFS

- Mettre en œuvre des parcours client performants.
- Acquérir les méthodes pour concevoir une expérience client différenciante.

## PUBLIC CONCERNÉ

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

## PLANNING

### Paris

21 - 22 janvier 2019  
11 - 12 mars 2019\*  
6 - 7 mai 2019  
6 - 7 juin 2019\*  
4 - 5 juillet 2019  
16 - 17 septembre 2019\*  
14 - 15 octobre 2019  
14 - 15 novembre 2019\*  
5 - 6 décembre 2019  
20 - 21 janvier 2020

\* : sessions également à Lyon, Bordeaux, Lille et Nantes.