



MESURER ET PILOTER LA PERFORMANCE DE SON EXPÉRIENCE CLIENT

Méthodes et outils pour atteindre l'excellence client

Analyser le parcours du client, mesurer l'expérience client pour mieux répondre à ses attentes, est au cœur de la démarche marketing. Ce stage vous aide, pas à pas, à vous approprier une démarche d'analyse globale prenant en compte tous les aspects de l'expérience client, et vous permettant d'effectuer les bons arbitrages.

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19EXPECLI2

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1530
€ HT

Repas inclus

OBJECTIFS

- Analyser son parcours client et la qualité de son expérience client.
- S'approprier les méthodologies efficaces pour mesurer l'expérience client.
- Sécuriser et améliorer sa stratégie d'expérience client.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Responsables ou directeurs marketing, responsables études, responsables expérience client.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la démarche marketing et des études.

COMPÉTENCES ACQUISES

Identifier des axes d'optimisation de son expérience client exceptionnelle.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Mesurer et piloter la performance de son expérience client

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Comment la data améliore le parcours client ?

Comprendre les enjeux de la mesure de l'expérience client

- Connaître l'évolution et l'impact des nouveaux modes de consommation : l'omnicanal, le mobile, la complémentarité des canaux.
- Étude de cas : intégrer les concepts d'expérience client, d'enchantement client et d'excellence de service.
- Adopter une approche customer centric et une vision 360°.

Analyser le parcours client et identifier les moments de vérité

- Avoir une vision globale de l'expérience client : tracer son Customer Journey Map.
- Identifier les « pain points » connus de son expérience client.
- Atelier : cartographier les moments de vérité.

Mesurer les 3 niveaux d'expérience client

- Mesurer l'expérience client attendue : comprendre les vraies attentes et les barrières.
- Mesurer l'expérience vécue : identifier les points forts et les axes d'amélioration.





- Mesurer l'expérience mémorisée : identifier les points marquants, piloter la stratégie globale d'expérience client et prioriser ses efforts.

Analyser et modéliser la qualité de son expérience client

- Mettre en place des process d'observation :
 - maîtriser les techniques d'enquête classiques,
 - créer des dispositifs de prototypage et de test auprès de clients réels,
 - s'appuyer sur les nouveaux outils d'analyse en temps réel,
 - mesurer l'émotion : exploiter les données Feel Data,
 - benchmark des outils d'analyse des données multi-sources et multiformats.
- Déployer des études en choisissant ses indicateurs de l'expérience client :
 - CSAT : Score de SATisfaction client, la satisfaction client suite à une interaction précise,
 - NPS : Net Promoter Score, la propension à recommander la marque/l'expérience,
 - taux d'attrition, rétention et taux de réachat,
 - CES : Customer Effort Score, l'effort à faire pour entrer en contact avec la marque,
 - WAR : Wallet Allocation Rule, la détection des axes d'amélioration pour se différencier,
 - avis clients, e-reputation et nouveaux indicateurs digitaux.

Piloter son expérience client

- Définir et suivre les KPIs de l'expérience client.
- Atelier : construire son tableau de bord de suivi.
- Atelier : évaluer la rentabilité des actions marketing engagées.
- Optimiser les ratios coûts/canal et la valeur client.
- Dédire les axes d'amélioration de son expérience client.

INTERVENANTS

Anne BRUNEL

LES MAINS DANS LE CAMBOUIS - LMDLC CONSULTING SASU

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET 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.

LIEUX ET DATES

À distance

01 et 02 juin 2022

Paris

18 et 19 oct. 2022

