



BY ABILWAYS

FORMATIONS COURTES

INITIATION



Ref. : C19EXPECLI

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1360
€ HT

Code
Dokelio AF_0000025683
:

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE D'EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE

Faire de l'expérience client un levier de performance économique

Dans un contexte où les parcours client sont devenus omniscanaux, où l'expérience client devient un enjeu clé de différenciation, cette formation permet d'acquérir les réflexes, les méthodes et les pratiques concrètes afin d'initier une démarche fédératrice adaptée à votre entreprise.

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.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Développer une stratégie d'expérience client omniscanale

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- 5 conseils pour améliorer votre expérience client
- Comment la data améliore le parcours client ?

Appréhender les nouveaux enjeux de l'expérience client omniscanale

- 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 omniscanales.
- 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.



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



- 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

Anne BRUNEL

HELENE DUNEIGRE

Bogna KACZMAREK

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 déc. 2021
02 et 03 févr. 2022
13 et 14 avr. 2022
10 et 11 oct. 2022
14 et 15 déc. 2022

Paris

15 et 16 nov. 2021
24 et 25 janv. 2022
23 et 24 mars 2022
05 et 06 juil. 2022
27 et 28 sept. 2022
14 et 15 nov. 2022
02 et 03 févr. 2023

Lille





21 et 22 juin 2022

Strasbourg
02 et 03 févr. 2022

Rennes
10 et 11 oct. 2022

Toulouse
13 et 14 avr. 2022



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28