



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Mettre l'expérience client au coeur de sa stratégie marketing outils et bonnes pratiques

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

Objectifs

- | Connaître les enjeux et bénéfices de l'expérience client pour la mettre en oeuvre
- | Utiliser les retours clients pour réparer les processus existants et co-construire de nouvelles offres
- | Partager et créer des programmes internes
- | Créer une gouvernance de l'expérience client
- | Bâtir un parcours client en identifiant les interactions

Public

- | Directeurs et responsables expérience client, marketing, qualité, de centres de support ou de services clients.

Prérequis

- | Aucune connaissance particulière.

Programme de la formation

Les fondamentaux de l'expérience client

- | Définir la discipline d'expérience client.
- | Mettre en place l'expérience client dans l'entreprise.
- | Prendre conscience de l'utilité de l'expérience client.
- | Comprendre que la prospection est le début de l'expérience client.
- | Echanges Panorama des différentes stratégies d'expérience client mises en oeuvre à partir d'exemples.

Les axes de l'expérience client

- | Prendre en compte les différentes dimensions.
- | Mesurer l'expérience client et évaluer la situation dans l'entreprise.
- | Connaître les différents niveaux d'expérience client.
- | Fixer l'ambition et définir les étapes de mises en oeuvre.
- | Se situer comme entreprise dans sa mise en pratique.
- | Exercice Evaluer le niveau d'expérience client dans son entreprise.

La culture de l'expérience client

- | Un système de partage de valeurs pour améliorer l'expérience client.
- | La stratégie et les engagements clients : définir la direction de l'entreprise.
- | Le partage avec toute l'entreprise.
- | Les conditions de réussite, les outils et programmes associés.
- | Réflexion collective Partage des programmes pour développer l'expérience collaborateur.

L'écoute client

- | L'écoute client : l'expérience vécue par les clients.
- | Les sources de feedback : collecter les retours clients.
- | Utiliser le feedback : prioriser les retours clients.
- | L'amélioration continue des processus.
- | Exercice Dessiner un processus d'amélioration continue des processus.

Référence	EMK
Durée	2 jours (14h)
Tarif	1 480 €HT

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

- du 1er au 2 juillet 2024
- du 16 au 17 septembre 2024
- du 16 au 17 décembre 2024

PARIS

- du 24 au 25 juin 2024
- du 9 au 10 septembre 2024
- du 9 au 10 décembre 2024

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

Présentation.

Le design de l'expérience client

- | Le design de l'expérience : identifier les interactions client et entreprise.
- | Le buyer persona : un client idéal.
- | Le parcours client sans rupture d'expérience.
- | Les moments clés où l'entreprise doit être présente.
- | Exercice Dessiner un parcours client et définir un persona.

Les données de l'expérience client

- | Savoir choisir et traiter les données clients.
- | Changer les détracteurs en promoteurs.
- | Piloter l'expérience client : la gouvernance.
- | Mesurer les progrès réalisés dans le cadre des projets d'expérience client.
- | Exercice Créer un dashboard client.

Méthode pédagogique

Chaque participant travaille sur un poste informatique qui lui est dédié. Un support de cours lui est remis soit en début soit en fin de cours. La théorie est complétée par des cas pratiques ou exercices corrigés et discutés avec le formateur. Le formateur projette une présentation pour animer la formation et reste disponible pour répondre à toutes les questions.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

- | Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
- | Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
- | Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
- | Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
- | Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
- | Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
- | Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
- | Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
- | Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.