

# L'Expérience Client au service de la performance business - Réussir la conquête et fidéliser ses clients

*Comprendre les multiples facettes de l'expérience client et identifier les dynamiques à l'œuvre dans l'entreprise.  
Acquérir les réflexes de collaboration transverse efficace. Lancer un projet en mode Chief eXperience Officer.*

## PUBLIC CONCERNE

- ▶ Cadre dirigeant
- ▶ Manager d'équipe marketing Commercial / Opérationnel
- ▶ Créateur ou Chef d'Entreprise
- ▶ Responsable Associatif / Fondation

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ▶ Mesurer les enjeux de l'expérience client
- ▶ Identifier les acteurs dans l'entreprise
- ▶ Accélérer le déploiement de la culture client
- ▶ Développer la collaboration transverse
- ▶ Développer sa capacité d'inspiration et de leadership pour une transformation durable des pratiques de l'entreprise
- ▶ Passer à l'action

## PRE-REQUIS

Aucun

## DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée (en jour et en heures): 2 jours / 14 heures

Modalités pratiques : *présentiel*

Nombre de stagiaires : de 4 à 10

## FORMATEURS

- ▶ Hélène DUNEIGRE – Consultant et formateur. 30 ans d'expérience marketing innovant et expérience client en entreprise.

## MOYENS PEDAGOGIQUES & TECHNIQUES

L'animateur alterne efficacement apports méthodologiques, exercices pratiques & opérationnels et des études de cas.

*Retours d'expérience des animateurs*

*Théorie : 50%*

*Pratique : 50% (exemples contemporains, cas pratiques, ateliers dédié à votre entreprise)*

*Langue(s) : Français ou Anglais*

*Les stagiaires reçoivent des fiches méthodologiques*

## MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

Préciser les méthodes utilisées le cas échéant pour mesurer l'acquisition de compétences  
Ainsi que les outils d'évaluation (questionnaire à chaud ou envoi dans un délai de X mois – utilisation d'outils spécifiques)

Quizz de fin de formation

## CONTENU DE LA FORMATION / DEROULE

<p><b>Découvrir les notions-clés de l'expérience client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre de son expérience client personnelle</li> <li>• Articuler expérience et engagement client</li> <li>• Décrypter la spirale vertueuse du succès</li> <li>• Décrypter les conséquences des bugs</li> </ul>	<p>Atelier « moi, client » inspiré ds cas personnels Concepts Travail en sous-groupe</p>
<p><b>S'investir dans la compréhension de ses clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir les persona qui caractérisent les clients</li> <li>• Définir les parcours et les moments de vérité (ZMOT, MOT)</li> <li>• Identifier les challenges du multicanal (point de vente, web, mobile)</li> </ul>	<p>Cas pratique en atelier Réflexion collective Concepts et conséquences Observation du cas de l'entreprise, évaluation collective</p>
<p><b>Concevoir une stratégie dynamique face aux attentes client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construire la cohérence à partir de la promesse de marque</li> <li>• Mettre en œuvre le crescendo de l'expérience client</li> <li>• Faire évoluer la stratégie en mode agile</li> </ul>	<p>Méthodologie en magistral Illustration via les exemples du groupe Observation du cas de l'entreprise Travail en sous-groupes</p>
<p><b>Diagnostiquer la maturité de l'entreprise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier la culture de l'entreprise</li> <li>• Qualifier son actif Talents et Comportements</li> <li>• Faut-il discuter l'Organisation ?</li> <li>• Investir dans la Symétrie des attentions ®</li> <li>• Rôle et missions du Responsable de l'Expérience Client</li> </ul>	<p>Concept du diagnostic Travail en sous-groupes Synthèse collective</p>
<p><b>Piloter grâce à des indicateurs pertinents</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les parties prenantes et les freins / opportunités</li> <li>• Connaître les outils de référence (NPS, CES, VOC, ratings &amp; reviews...)</li> <li>• Construire son tableau de bord expérience client</li> </ul>	<p>Atelier cas de l'entreprise  Outils en magistral  Travail en sous-groupes</p>
<p><b>Devenir acteur du plan client de l'entreprise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bien choisir son 1er projet</li> <li>• Délivrer un quick win</li> <li>• Les 8 dimensions du Brief Projet</li> </ul>	<p>Magistral Travail en plénière Travail en sous-groupes</p>
<p><b>Identifier les conditions de la réussite</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre à apprendre de chaque projet</li> <li>• Mettre en œuvre une approche contagieuse</li> <li>• Benchmarker pour progresser plus vite</li> </ul>	<p>Magistral Réflexion collective Atelier sur la veille</p>

### **TARIF**

Intra entreprise : 1 900€ H.T / jour - Autres formats et demandes spécifiques sur devis.

### **DISPONIBILITE DE REALISATION**

Dans le mois qui suit la commande sous réserve de la disponibilité du/des formateur(s) /trice(s).