

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