

Formation : Intégrer l'expérience client à sa stratégie marketing

Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. ATY

Prix : 1590 € H.T.

★★★★☆ 4,6 / 5

Fidéliser de façon durable ses clients et développer les ventes additionnelles sont des éléments permettant aux entreprises de se différencier. Cette formation vous donnera les clés pour y parvenir efficacement en s'appuyant sur l'importance des retours clients dans l'amélioration continue des processus.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Connaître et comprendre les enjeux de l'expérience client
- ✓ Maîtriser les fondamentaux et utiliser des outils et méthodes adaptés
- ✓ Mettre en place et piloter une démarche d'amélioration de l'expérience client
- ✓ Renforcer l'engagement des collaborateurs dans la culture clients

Public concerné

Responsables marketing, responsable commercial, commercial.

Prérequis

Connaissances en marketing et communication.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Ce cours, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices et mises en situation.

Méthodes pédagogiques

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

PARTICIPANTS

Responsables marketing, responsable commercial, commercial.

PRÉREQUIS

Connaissances en marketing et communication.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Appréhender les fondamentaux de l'expérience client

- Définir l'expérience client.
- Mettre en œuvre l'expérience client dans l'entreprise.
- Appréhender les enjeux de l'expérience client.
- Déterminer l'importance de la prospection dans le processus d'expérience client.

Réflexion collective

Tour de table des différentes stratégies d'expérience client mises en œuvre à partir d'exemples concrets.

2 Mettre en place des stratégies de développement de l'expérience client

- Appréhender les différents niveaux d'expérience client.
- Savoir fixer des objectifs et définir les étapes de mises en œuvre.
- Mesurer l'expérience client au sein de l'entreprise.
- Identifier les facteurs clés de succès, les outils et programmes associés.
- Définir la stratégie et les engagements clients associés.

Echanges

Partager les différents facteurs clés de succès de l'expérience client au sein de son entreprise.

3 Favoriser l'amélioration continue en s'appuyant sur l'écoute client

- Définir l'écoute client.
- Être en mesure de collecter et de prioriser les feedbacks clients.
- Exploiter les retours clients et mettre en place des plans d'action associés.
- Favoriser l'amélioration continue des processus.

Exercice

Dessiner un processus d'amélioration continue et le présenter.

4 Maîtriser les leviers du design de l'expérience client

- S'approprier le processus de design de l'expérience client.
- Dessiner le parcours client sans rupture d'expérience.
- Identifier les moments clés d'intervention de l'entreprise dans le processus de design de l'expérience client.
- Savoir identifier clairement un client idéal (buyer persona).

Exercice

Tracer un parcours client et définir un buyer persona.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

5 Exploiter les données de l'expérience client

- Savoir sélectionner et interpréter les données clients.
- Piloter l'expérience client : la gouvernance.
- Mesurer les progrès réalisés dans le cadre des projets d'expérience client.
- Être en mesure de transformer les détracteurs en promoteurs.

Exercice

Créer un dashboard client et exploiter les données associées.

Parcours certifiants associés

Pour aller plus loin et renforcer votre employabilité, découvrez les parcours certifiants qui contiennent cette formation :

- [Parcours certifiant Élaborer un plan de développement commercial - Réf. ZEP](#)

Solutions de financement

Plusieurs solutions existent pour financer votre formation et dépendent de votre situation professionnelle.

Découvrez-les sur notre page [Comment financer sa formation](#) ou [contactez votre conseiller formation](#).

Horaires

Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

Les participants sont accueillis à partir de 8h45. Les pauses et déjeuners sont offerts.

Pour les formations de 4 ou 5 jours, quelle que soit la modalité, les sessions se terminent à 16h le dernier jour.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 4 juin, 17 sep., 10 déc.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 4 juin, 17 sep., 10 déc.