

Intégrer l'expérience client à sa stratégie marketing

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : ATY - Prix 2024 : 1 530€ HT

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 l'apprenant 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

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.

TRAVAUX PRATIQUES

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

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 10/2022

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.

FINANCEMENT

Ce cours fait partie des actions collectives Atlas.

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.

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 stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage 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 stagiaire 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

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- 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.

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.

- Etre en mesure de transformer les détracteurs en promoteurs.

Exercice : Créer un dashboard client et exploiter les données associées.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 06 juin, 12 sept., 05 déc.

PARIS

2024 : 30 mai, 05 sept., 28 nov.

LYON

2024 : 06 juin, 12 sept.

AIX-EN-PROVENCE

2024 : 06 juin, 12 sept.

BORDEAUX

2024 : 06 juin

CLERMONT-FERRAND

2024 : 06 juin

DIJON

2024 : 06 juin

GRENOBLE

2024 : 06 juin

LILLE

2024 : 06 juin, 12 sept.

MONTPELLIER

2024 : 06 juin

NANCY

2024 : 06 juin

NANTES

2024 : 06 juin, 12 sept.

RENNES

2024 : 06 juin

BREST

2024 : 06 juin

MARSEILLE

2024 : 06 juin

AVIGNON

2024 : 06 juin

SAINT-ÉTIENNE

2024 : 06 juin

SOPHIA-ANTIPOLIS

2024 : 06 juin

STRASBOURG

2024 : 06 juin

TOULOUSE

2024 : 06 juin, 12 sept.