

Initiation & Méthode pour créer sa Stratégie Expérience Client

CODE STAGE

VE-EXP01

TARIF,
net de taxes

1 490 €

OBJECTIFS

- > Comprendre pourquoi l'expérience client créé plus de valeur pour ses clients et pour l'entreprise
- > Acquérir les méthodes pour concevoir une expérience client permettant de se différencier
- > Développer la connaissance et la compréhension des clients
- > Propager en interne la voix du client
- > Évoluer sur une culture d'entreprise centrée Client

PRÉ REQUIS

aucun

PUBLIC

entrepreneur, chef d'entreprise, indépendant, décideur, responsable qualité, responsable marketing, responsable de service, responsables relation / expérience client, chef de projet orientés client, chargé de marketing, de communication, de relation client

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Préparation de votre formation :

Questionnaire d'analyse des attentes

Moyens pédagogiques pendant votre formation :

Utilisation de cas concrets
Travail sur votre propre entreprise
Échanges entre les participants et notre expert

Accompagnement et suivi de la formation :

Elaboration de son plan d'action personnalisé



DURÉE : 2 JOURS



PRÉSENTIEL



PROGRAMME

I. INTRODUCTION

- Les faits
- Pourquoi l'expérience client
- Comment
- Les objectifs de la formation

II. LES ENJEUX DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Comprendre le concept d'expérience client
- Décrypter les nouveaux usages et comportements clients
- Différencier CX, UX, UI

III. DIAGNOSTIQUER L'EXPÉRIENCE LIVRÉE

- Analyser la qualité des canaux et des points de contact
Exercice : Construire son persona
Exercice : Design du parcours client
- Pratiquer la veille et le benchmark de votre Expérience Client
Exercice : Réaliser le benchmark CX de votre entreprise
- Recueillir et comprendre la voix du client
Exercice : Créez les outils de recueil de la voix client - écrire les objectifs, la cible, planifier
- Analyse et diagnostic

IV. DÉFINIR UNE STRATÉGIE CX

- Construire des parcours client
- Impliquer les équipes
- Écrire un plan d'action
Exercice : Élaborer le parcours client pour chaque persona délégué en amont, Écrire son plan d'action

V. PILOTER SON EXPÉRIENCE CLIENT

- Mettre en place des indicateurs de performance expérience client
- Les indicateurs de l'expérience client
Exercice : Choisir les indicateurs et établir le suivi

VI. DÉVELOPPER UNE CULTURE CENTRÉE CLIENT

- De la stratégie à la culture d'entreprise
- Un process d'amélioration continue
Exercice : écrire le processus d'amélioration continue de l'expérience client de votre entreprise



Contactez-nous :

Initiation & Méthode pour créer sa Stratégie Expérience Client

CODE STAGE

TARIF,
net de taxes

VE-EXP01

1 490 €

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Mises en situation, cas pratiques

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire

Synthèse fin de stage du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation

Attestation de présence



DURÉE : 2 JOURS



PRÉSENTIEL



POINTS FORTS

Repartir avec un plan d'action et les indicateurs pour mener sa stratégie Expérience Client de manière efficace et adaptée à son entreprise.



POUR ALLER PLUS LOIN

Pourquoi l'expérience client ?

L'expérience client enquête sur la vision et le ressenti du client par rapport à l'entreprise dans sa globalité, au-delà du service client qui vise à répondre aux sollicitations du consommateur de façon ponctuelle et instantanée.

C'est le nouvel axe stratégique et d'ajustement que les entreprises doivent emprunter.

Cette approche de qualité consiste à mettre la satisfaction du client au centre de l'organisation. Travailler son expérience client permet de consolider la relation client en s'assurant que la livraison du produit final soit conforme à la promesse de départ et au-delà. Cela facilite le travail de fidélisation et procure à l'entreprise un facteur clé de différenciation.



Contactez-nous :