

# Expérience client

Comprendre ses ressorts et la piloter

## OBJECTIFS

- 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

## PROGRAMME

### A. PILOTER GRÂCE DES INDICATEURS PERTINENTS

1. Identifier les parties prenantes, les freins et les opportunités
2. Connaître les outils de référence
3. Construire son tableau de bord UX

### B. CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DYNAMIQUE FACE AUX ATTENTES CLIENTS

1. Construire la cohérence à partir de la promesse de marque
2. Mettre en œuvre le crescendo de l'expérience client
3. Faire évoluer la stratégie en mode agile

### C. S'INVESTIR DANS LA COMPRÉHENSION DE SES CLIENTS

1. Choisir les persona qui caractérisent les clients
2. Établir la carte des moments de vérité (ZMOT, MOT)
3. Identifier les challenges du multicanal

### D. DIAGNOSTIQUER LA MATURITÉ DE L'ENTREPRISE

1. Identifier la culture d'entreprise
2. Qualifier son actif Talents et Comportements
3. Faut-il disrupter l'organisation ?
4. Investir dans la Symétrie des attentions
5. Rôle et missions du CXO (Chief Customer Officer)

### E. DEVENIR ACTEUR DU PLAN CLIENT DE L'ENTREPRISE

1. Bien choisir son 1<sup>er</sup> projet
2. Délivrer un quick win
3. Huit dimensions du Brief projet CXO

### F. IDENTIFIER LES CONDITIONS DE LA RÉUSSITE

1. Apprendre à apprendre de chaque projet
2. Mettre en œuvre une approche contagieuse
3. Benchmarker pour progresser plus vite

## PUBLIC

- Cadre dirigeant
- Manager d'équipe marketing, commerciale et opérationnelle
- Créateur ou chef d'entreprise
- Responsable associatif / fondation

## PRÉ-REQUIS

Pas de pré-requis

## POINTS FORTS

Les sessions alternent travail individuel, travail en binôme et travail de groupe pour favoriser l'apprentissage mais aussi l'échange et la prise de recul par rapport aux objectifs de chacun.

## FORMATEUR(S)

Cette formation est animée par un professionnel de la vente et de la relation client, formateur expert de l'Ifpass.

## SESSION(S) 2018

Paris,

8 et 9 mars   
19 et 20 novembre 

Disponible en régions  
sur demande

## PERSONNALISATION DE PARCOURS

Un questionnaire préparatoire sera remis en amont de la formation au participant lui permettant de faire remonter auprès du formateur ses attentes et besoins spécifiques.

## VALIDATION

Une attestation sera remise au stagiaire à la fin de la formation.