

Optimiser le parcours client et l'expérience client

« J'ai beaucoup apprécié la qualité et la clarté du déroulement de l'accompagnement, du diagnostic au plan d'action, les échanges perus avec tout le groupe ont aussi apporté beaucoup de richesse. » Valerie Fontana, Dirigeante Nouvel Acte

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- Intégrer les fondamentaux du parcours client pour une mise en oeuvre opérationnelle
- Créer des avantages concurrentiels avec l'élaboration d'un parcours client
- Identifier les leviers pour améliorer et optimiser une expérience client
- Elaborer un plan d'action prioritaire pour optimiser un parcours clients et enchanter le client

PUBLIC CONCERNÉ

Tout chefs d'entreprise, dirigeants, managers, chefs de projet, designers, responsables innovation, responsables marketing, relation clients, expérience clients

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Jour 1 :

- Intégrer les points d'interaction clients entre l'organisation et ses clients
- (Atelier : modélisation d'un parcours client)
- Comprendre la psychology du lien émotionnel et rationnel dans une relation client
- Auto-évaluation transversale sur 13 points d'interaction du parcours client

Jour 2 :

- Elaboration des plans d'actions individuels pour optimiser et soigner les différentes étapes du parcours clients

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

L'enseignement est basé sur des sessions de cours (méthodes d'exposition et de transmission) avec des études de cas à l'appui (moyen démonstratif), des exercices individuel et collaboratifs (moyens appliqués), et l'utilisation d'un matériel d'atelier de découverte, quand c'est possible, construit à partir des situations réelles vécues par les stagiaires. La diversité des modes d'apprentissage maintient la motivation et l'implication des stagiaires. Le plaisir et la motivation du stagiaire sont maintenus par la succession de présentations interactives, de travaux en équipes, de jeux pédagogiques, etc types : Brise-glace, Brainstorming, Enquête, Cours de transmission, Etudes de cas, Quiz, Exercices, Travail en binôme, Gamestorming ...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation à chaud et à froid. Questionnaire des attentes des participant.e.s en amont de la formation. Quizz de connaissances avant et après en lien avec les objectifs pédagogiques. Evaluation de satisfaction. Evaluation des impacts de la formation à 6 mois.



PRÉREQUIS

- Avoir un parcours client B2B ou B2C à améliorer
- Maîtriser les fondamentaux du marketing et de la relation clients

SUPPORTS DE FORMATION

Un support pédagogique sera remis à chaque participant. Les apports seront entre autre basés sur des études de cas (moyen démonstratif), des exercices individuel et collaboratifs (moyens appliqués), et l'utilisation d'un matériel d'atelier de découverte, et quand c'est possible, construit à partir des situations réelles vécues par les stagiaires. Le support et l'ensemble des ressources (outils, articles...) seront à disposition des participants via un espace digitalisé pendant 6 mois après la formation.

DURÉE

2 jours

TARIF

€ 400 HT par jour par personne, intègrent les travaux de préparation, l'animation et les supports de cours

LES + DE CETTE FORMATION

- Une pédagogie active basée sur l'expérience des participants et valorisant les réussites et les pratiques professionnelles existantes.
- Une démarche d'intelligence collective bienveillante, propice à l'émulation et à l'émergence d'idées
- Une méthode avérée, adaptée au entreprises B2B / B2C

ACCESSIBILITÉ

Si un ou plusieurs bénéficiaire(s) présente(nt) une particularité liée à une situation de handicap, veuillez contacter La SAPIE au préalable afin d'adapter, dans la mesure du possible, les conditions d'accueil et de formation.

DÉLAI D'ACCÈS/ RÉACTIVITÉ

Dans les plus brefs délais, en fonction des obligations existantes des deux parties

INTERVENANT

Stephen BATEMAN - Ingénieur de la formation certifié, animateur d'intelligence collective de groupe, pilote de projets innovants

EN SAVOIR PLUS

bateman.stephen@gmail.com
0778577760