

Parcours et Expérience Client

Se différencier, digitaliser, se transformer

1390,00 €HT

1668,00 €TTC

Obtenez -15% sur chaque participant supplémentaire à partir du 2ème participant

Durée: 14 heures

Prochaine session : 17-26 mar 2021

Autres sessions : 18-25 nov 2021

Modalité : Classe virtuelle

Niveau : Intermediaire

Présentation

Tous les secteurs sont bouleversés par une accélération de nouvelles hyper-exigences clients, de simplicité, de fluidité, de personnalisation, de transparence et de valeur client... Au cœur de cette révolution comportementale, les nouveaux parcours clients animés par une "user centricity" toujours plus poussée.

Cette formation permet de maîtriser les nouvelles méthodes, de nouveaux outils (Customer Journey, Expérience Map, Blue Print, ...) et les «best practices » à mettre en œuvre pour construire des parcours clients différenciants. La mise en pratique sera facilitée grâce à des ateliers et des outils de co-construction et de design en distanciel.

Objectifs

- Comprendre les nouveaux enjeux de la Customer Experience, les méthodes à mettre en œuvre et les erreurs à éviter
- Identifier sur quels axes structurer sa démarche Expérience clients afin d'initier et pérenniser une démarche Expérience Clients centrée sur l'humain
- Maîtriser les nouveaux enjeux et savoir où, quand et comment optimiser de nouveaux parcours clients numériques afin d'accroître engagement clients et performance
- S'appropriier concrètement les dernières méthodes collaboratives de design de Persona, et cartographie des parcours clients « Customer Journey / Experience Mapping »

Compétences acquises

- Définir un plan d'action solide permettant de démarrer directement le changement nécessaire avec des équipes pluridisciplinaires.
- Cadrer une démarche d'Expérience client, et Identifier les priorités de son plan d'action
- Mettre en œuvre une méthodologie collaborative et agile de cartographie de parcours clients (audit des parcours vécus, points de déceptivité, ...) et d'élaboration de solutions « Customer Centric »

- Comprendre les conditions pour passer à l'action et réussir à réparer, se différencier durablement et/ ou innover via l'Expérience Clients

Pré-requis & Profil des participants

Pour suivre cette formation, il est demandé de maîtriser les fondamentaux du marketing et de la relation clients.

Elle s'adresse aux managers et responsables expérience clients, relation clients, marketing, marketing digital, CRM, opérations et les Directeurs de ces fonctions.

Elle peut intéresser aussi les responsables SI, et Ressources humaines (expérience collaborateur).

Programme

MODULE 1 : Maîtriser les piliers de transformation de l'expertise client (3h30)

1. Maîtriser les fondamentaux et enjeux clefs de l'Expérience client

- Les 7 clefs des nouvelles hyper exigences clients
- Savoir définir ce qu'est Expérience Client pour son entreprise
- Différencier Management Expérience Client (CEM) et CRM
- Maîtriser les nouveaux enjeux de l'expérience client
- Atelier 1 : Quels changements de vision pour mon entreprise ?

2. S'approprier les 4 leviers de transformation de l'Expérience Client

- Définir les objectifs visés par l'expérience client
- Les 3 phases de maturité expérience client
- Le modèle d'un leader CX en mode décrypté
- Atelier 2 : Quick test d'évaluation de maturité Customer Experience

MODULE 2 : Savoir diagnostiquer son expérience et parcours client (3h30)

3. Diagnostiquer l'expérience et les parcours client vécus

- Recueillir et comprendre la voix de ses clients et collaborateurs
- Panorama des méthodes de feed back clients

4. Etablir un diagnostic des parcours clients « client centric »

- Par où commencer ?
- Identifier les différentes typologies de parcours clients
- Digitaliser ses parcours clients en cross canal : Do et Don'T
- L'exemple de digitalisation de l'expérience Ikea décrypté
- Atelier 3 : Quels parcours clients stratégiques dans mon entreprise ?

MODULE 3 : Transformer avec le customer journey et l'expérience map (3h30)

5. Transformer ses parcours client avec des méthodes collaboratives et « client centric »

- Concevoir l'hyperpersonnalisation avec les personas
- Construire des parcours clients ou collaborateurs en 5 étapes
- Mettre en pratique via le Customer Journey, l'Experience Map et l'Employee Map
- Passer des Customer Journeys à la transformation CX via l'agile

6. Visualiser les Pains et Gains clients avec une Experience Map

- Atelier 4 : Business Case: Co-construire une Experience Map en atelier distanciel

MODULE 4 : Concevoir son expérience future avec le design d'expérience & design thinking (3h30)

7. Utiliser la pensée Design et l'agilité pour concevoir sa future expérience

- Comprendre la contribution de chaque univers : UX, UI, Design Thinking, Design de Service au Design d'expérience.
- Quelles méthodes pour prioriser ses chantiers CX ?
- Méthode de design des futurs Parcours : Le story Board, le Blue Print, ...
- Atelier 6 : Atelier de Priorisation des chantiers CX

8. Piloter son expérience clients et KPI à mettre en œuvre

- Mettre en œuvre les indicateurs clefs Expérience Client
- Piloter l'expérience client en temps réel
- Atelier final : Déterminez son plan d'action personnel