

EXPÉRIENCE CLIENT: RENFORCEZ L'ENGAGEMENT PAR LE DIGITAL

Remettre l'utilisateur au cœur de sa stratégie digitale

1JOUR, 7 HEURES

STRATÉGIE DIGITALE CODE: LDI11

Objectifs de la formation

Convertir les données collectées en valeur réelle pour le client dans le cadre d'une stratégie omnicanale

Refondre son parcours client sur le digital pour optimiser les performances des ventes

Identifier les moyens à disposition et savoir les déployer pour remettre l'utilisateur au cœur de la relation client

Parmi nos formateurs

■ COTIN VALOIS Christophe UX consultant, experience & service designer, **WELCOME MAX**

Public concernés

Directions générales, Directions marketing, Directions communication, Directions Internet et technologies, Directions multicanales, Directions du développement, Directions transformation digitale, Chief Digital Officer, Directions stratégie, Directions innovation et R&D, Directions commerciales

Critères d'admission

Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs

■ Tarif Session en classe virtuelle : 995,00 €HT

■ Tarif Session en présentiel : 1 060,00 €HT

Définir et effectuer l'état de lieux de l'expérience client

- Définir la notion d'expérience client
- Faire un diagnostic de l'existant : quels feedback clients, qualité des points de contacts, quelle organisation en interne
- Identifier les principaux freins et leviers d'actions

ILLUSTRATION Présentation du cas Amazon : une expérience client centrée sur la notion de service

Expérience client et digital : la stratégie d'expérience (UX/CX)

Quelle différence entre expérience client (CX) et expérience utilisateur (UX)

- Comment fonctionnent les parcours clients omnicanaux : des processus métiers aux protocoles relationnels
- Identifier les clés et les outils du design d'expérience
- Du client à l'utilisateur : repenser les méthodes de conception de projets
- Quels sont les bons moyens pour rester en contact avec ses clients et construire des objectifs et des KPI

cas fil rouge : sur la base d'un cas proposé par le formateur, les participants, en sous groupes, établissent la stratégie d'expérience client digitale

Mettre en place des parcours clients omnicanaux à l'ère de la digitalisation de la relation

- Intégrer la notion de « touch point » dans sa stratégie cross canal
- Acquisition, transformation et fidélisation : explorer le parcours clients digital
- Identifier des objectifs clairs et mesurables en termes de satisfaction client : cohérence ; simplicité ; accompagnement et relais sur les bons canaux
- Appréhender les clés du test and learn et de l'amélioration continue : refonte, optimisation, innovation
- Saisir les opportunités l'Intelligence Artificielle dans la personnalisation des parcours clients
- Piloter son expérience client omnicanale avec les indicateurs pertinents

CAS PRATIQUE cas fil rouge : à partir de la stratégie élaborée lors de l'atelier précédent, définition de parcours clients omnicanaux

Evaluation des acquis de la formation

Dates

Paris Classe virtuelle

17/05/2024 17/05/2024 30/09/2024 30/09/2024

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme

360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 0170 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.