

EXPERIENCE CLIENT

Intelligence consommateur, unicité, magasin, digital : comment attirer, engager et transformer

30/11/2016 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Un rendez-vous inédit dans un format pratique et opérationnel
- Des témoignages de leaders passionnés qui repoussent toujours plus loin l'expérience client
- Un format dynamique qui retrace l'ensemble du parcours client

Avec la présence exceptionnelle de

- CALLEDE Julien
Co-fondateur & Directeur Business
Développement et Innovation
MADE.COM
- COUPET Martine
Directrice du Centre de Relation Clients
DECATHLON
- DESSALLIEN Thomas
Directeur digital
1.2.3. - GROUPE ETAM

Qui participe à cet événement

- Secteurs :
- Distribution alimentaire et non-alimentaire • E-commerce • Restauration • Grands groupes et PME

Journée animée par la Rédaction de LSA

Programme en cours de construction, soumis à modification

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE

Inventer l'expérience client de demain : levier de fidélisation et de croissance

**INTELLIGENCE CONSOMMATEUR :
ALIGNER EXPERIENCE CLIENT ET
EXPERIENCE DE MARQUE**

ETUDE : Services,
agencement... : quelles
nouvelles attentes shopper

TABLE-RONDE MIEUX CONNAITRE VOS CLIENTS - Etudes des comportements d'achat & interprétations des données : intégrer la voix de vos clients à vos opérations

- Bornes, questionnaires, données vendeurs : repérer et travailler vos meilleurs clients
- Quelles différenciations possibles du parcours en fonction des typologies
- Trade setter, early adopteurs : comment traiter les clients atypiques

RENOUVELER L'EXPERIENCE: ACCRÔITRE VOS RENTABILITE ET CROISSANCE EN MAXIMISANT L'ENGAGEMENT CLIENT

**ATELIER : La communication
des marques au service de
l'expérience client omnicanale**

Pause

**Adapter votre business model pour se
concentrer sur les actions
impactantes**

**Témoignages & best practices :
renouveler l'expérience client**

FOCUS SERVICE CLIENT :
Personnalisation : viser
l'excellence et le 100%
satisfait quel que soit le client

ATELIER : Comment identifier et exploiter les leviers de l'Experience Client

- Utiliser tous les modes d'écoute en Pull et en Push pour apprendre de vos clients
- Les clefs pour transformer l'écoute clients en plan d'actions
- Faire de la culture client, le ciment du succès

Déjeuner

TRANSFORMATION DIGITALE : DEVELOPPER UNE RELATION PRIVILEGIEE ET INSTANTANEE

**Renforcer votre proximité et
maximiser l'engagement de vos
clients**

- Un relation plus étendue

**ATELIER : Mettre la data au service
de la personnalisation**

Pause

DE L'EXPERIENCE A L'EXPERIENTIEL : ALLER AU DELA DE L'ACTE D'ACHAT POUR

Expérience immersive :
Expérience immersive :
pousser le client à s'approprier
les lieux de ventes jusqu'à
devenir des lieux de
communauté

INTERVIEW - FOCUS
COLLABORATIF : Quels
outils mettre en place pour
capitaliser sur votre
communauté de
consommateurs

Fab lab, modules de formation en
ligne, animations... : d'une marque à
un univers

ALLOCUTION DE CLÔTURE

Implanter la culture client au
centre de votre organisation
pour identifier vos nouveaux
relais de croissance

Fin de journée
