

Customer Experience (CX) - Mesurer et optimiser l'expérience client

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

M2I FORMATION MERIGNAC
RICHIR Agnès
05.57.19.07.60
a.richir@m2iformation.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Inscription obligatoire par un conseiller
en insertion professionnelle

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Non renseigné

Prérequis pédagogiques :

Maîtriser les fondamentaux du marketing et de
la communication, ou de la relation client

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

Diagnostiquer votre situation en termes d'expérience client
Mémoriser les outils de l'expérience client
Définir les stratégies d'expérience client possibles
Identifier les KPI et les indicateurs de l'expérience client

Contenu et modalités d'organisation

Introduction Présentation de chacun Attentes et objectifs visés de chaque participant Présentation de la formation Les enjeux de l'expérience client, du Customer Centric et leurs implications Comprendre les nouveaux enjeux de la Customer Experience Le Customer Centric Analyser la disruption de l'expérience client Décrypter les nouveaux usages et comportements clients Différencier l'expérience client (CX) et l'expérience utilisateur (UX) Centralité des réactions émotionnelles Les erreurs à éviter Faire le diagnostic de la situation Recueillir et comprendre la voix du client (VOC) et des collaborateurs : méthodes de collecte et usages Confronter l'expérience attendue et l'expérience perçue Analyser la qualité de ses canaux et points de contact : outils et méthodes Pratiquer la veille et le benchmark de votre expérience client Un outil central : le parcours client cross / omni-canal Etat des lieux des parcours existants : identifier les irritants et facteurs de frustration Identifier les points de friction clients (pain points) à résoudre Déterminer le périmètre du nouveau parcours client en intégrant tous les canaux Construire un persona et le confronter aux scénarios clients Formaliser les grandes étapes, par exemple "prospect" : Acquisition de trafic, bienvenue, gestion de l'attente, qualification des besoins, diagnostic, proposition, closing, fidélisation et prise de congé Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif) Analyser des cas concrets de parcours client Etablir un persona pertinent Modéliser un parcours client cross / omni-canal Construire un plan de déploiement sur l'ensemble des canaux Identifier les leviers de performance

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Individualisé**

Validation(s) Visée(s)

> **Attestation de fin de formation**

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00277756	du 28/02/2022 au 31/12/2024	Mérignac (33)	M2I FORMATION MERIGNAC		Non éligible	