

Programme de Formation L'expérience client comme atout différenciant



Lieu de formation : Sur le lieu de l'entreprise
Dates : A déterminer
Durée : 7 heures

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public

- Tout public

Prérequis

- Pas de pré-requis

PRESENTATION de la formation

L'orientation client est l'affaire de tous les acteurs au contact direct de clients. Beaucoup de secteurs l'ont compris : améliorer la qualité perçue et travailler l'expérience client sont devenus un manière de se différencier.

Mais pour faire de l'expérience client une stratégie gagnante pour les entreprises, les équipes ont besoin d'en comprendre les enjeux, les leviers et surtout leur contribution pour une expérience client réussie. Cette formation aide toute personne au contact de client à générer une expérience de service réussie, dans le but de transmettre une image positive d'eux-mêmes et de leur entreprise.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES globaux de la formation

- Faire progresser l'expérience client
- Sensibiliser à l'importance de la dimension émotionnelle dans le vécu client
- Agir sur l'engagement des équipes pour améliorer la satisfaction et la fidélisation client

PROGRAMME et déroulé pédagogique

Qualifier l'expérience client

Comprendre l'émergence de l'expérience client

Identifier les enjeux d'une expérience client réussie

Partager un référentiel de notions clés : relation client, expérience client, parcours client

Travail pratique : cartographier le parcours client

Contribuer à l'expérience client

Définir les attentes client

Distinguer expérience client et satisfaction client

Considérer le vécu client sous 2 aspects : fonctionnel et émotionnel

Travail pratique : formulation de cas

Situer son rôle dans le parcours client

Discerner tâche & mission (tendance à regarder son métier sous son aspect tech/ pro VS H.)

Travail pratique : formuler une promesse de service attractive

Offrir une image positive de l'entreprise

Distinguer expérience client et culture client

Travailler la dimension identitaire de l'entreprise

Travail pratique : définir notre boussole

Evaluer l'expérience client

Identifier les bonnes pratiques en matière d'expérience client issues de benchmark

Travail pratique : partage d'expériences

Identifier les bonnes pratiques en matière d'expérience client issues d'avis client

Travail pratique : étude de cas

Relier l'état d'esprit 'Expérience Client' à la promesse de service

Traduire la promesse en pratiques & comportements pour améliorer l'expérience client

Travail pratique : élaboration d'un plan d'action

ORGANISATION

Moyens pédagogiques et techniques

- Support de formation projeté
- Exposé théorique
- Etude de cas
- Mise en situation pratique
- Partage d'expérience
- Quizz

Dispositif de suivi de la formation

- Feuille de présence