

FORMATION CONCEVOIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT DE QUALITÉ

Expérience client, de quoi parle t'on ?

L'expérience client le nouveau challenge des entreprises innovantes. Dans un environnement omnicanal où l'utilisateur est continuellement sollicité, l'expérience client est devenu un enjeu majeur pour toutes entreprises souhaitant se démarquer.

Maîtriser le parcours client étape par étape est un gage de qualité et de fortes valeurs ajoutées.

Les marques doivent non seulement se consacrer à l'amélioration de l'expérience-utilisateur (User eXperience) sur les différents points de contacts digitaux mais, elles doivent également s'appliquer à optimiser l'expérience "générale" du client avec la marque elle-même (Customer eXperience).

Notre formation va vous familiariser avec la notion d'expérience client et d'expérience utilisateur, vous apprendrez à construire un parcours client adapté à ses besoins et ses attentes dans un environnement qui voit la multiplication des points de contacts clients.

Vous serez initiés à différentes méthodes et bonnes pratiques afin d'offrir à vos clients une expérience mémorable et enrichissante et vous apprendrez l'importance de créer des liens émotionnels avec votre marque.

Durée : 14.00 heures

Effectif : 4 minimum / 8 maximum

Profils des stagiaires

- Tous types d'entreprises et d'organisations.
- Chefs d'entreprise, directeurs marketing, directeurs qualité, responsables CRM GRC, chefs de produits, chefs de projets, directeurs commerciaux, directeurs de la communication, webmasters, responsables de la chaîne logistique, managers, SAV

Prérequis

- Accessible à tous types d'apprenants.

Objectifs pédagogiques

Expérience client, de quoi parle t'on ?

L'expérience client est le nouveau challenge des entreprises innovantes. Dans un environnement omnicanal où l'utilisateur est continuellement sollicité, l'expérience client est devenu un enjeu majeur pour toutes entreprises souhaitant se démarquer.

Maîtriser le parcours client étape par étape est un gage de qualité et de fortes valeurs ajoutées.

Les marques doivent non seulement se consacrer à l'amélioration de l'expérience-utilisateur (User eXperience) sur les différents points de contacts digitaux mais, elles doivent également s'appliquer à optimiser l'expérience "générale" du client avec la marque elle-même (Customer eXperience).

EMY DIGITAL

39 avenue du Médoc

33320 EYSINES

Email: contact@emydigital.fr

Tel: 0973728900



Notre formation va vous familiariser avec la notion d'expérience client et d'expérience utilisateur, vous apprendrez à construire un parcours client adapté à ses besoins et ses attentes dans un environnement qui voit la multiplication des points de contacts clients.

Vous serez initiés à différentes méthodes et bonnes pratiques afin d'offrir à vos clients une expérience mémorable et enrichissante et vous apprendrez l'importance de créer des liens émotionnels avec votre marque.

Compétences visées

- Définir et mettre en œuvre des parcours client efficaces.
- Comprendre l'impact de l'expérience client sur la production de valeur pour ses clients et l'entreprise.
- Différencier l'expérience client (CX) et l'expérience utilisateur (UX).
- Créer de la valeur et instaurer un climat de confiance envers sa marque.
- Acquérir les méthodes, outils et bonnes pratiques pour concevoir des parcours et une expérience client permettant de se différencier.

Contenu de la formation

- Culture "Customer centric" Comprendre les clients
 - Les parcours et l'expérience client sont au cœur des nouvelles stratégies marketing.
 - Mettre le client au cœur de sa stratégie en fonction de son parcours d'achats.
 - Les valeurs de l'entreprise aux services de l'expérience client.
 - Les nouvelles attentes des clients.
 - - Icebreaker
- Du multicanal à l'omnicanal Adapté à l'expérience à chaque point de contact
 - Le nouveau parcours client au travers des différents points de contact.
 - Multicanal, crosscanal et omnicanal quels sont les enjeux ?
 - Les leviers et bonnes pratiques de l'omnicanal.
 - - Atelier collaboratif de mise en pratique.
- CX = expérience client Expérience client et expérience utilisateurs
 - Améliorer l'expérience client: quels sont les points clés ?
 - La notion d'Expérience client (CX), la marque et le client.
 - La notion d'Expérience utilisateur (UX), le produit et le client.
 - - Etudes de cas.
- Le digital au service de l'expérience client Digitalisation et expérience client
 - La digitalisation et la multiplicité des points de vente.
 - Limites et enjeux du commerce connecté.
 - Les nouvelles technologies et leurs places dans le parcours client.
 - La place du commerce social dans l'expérience client.
 - - Exercice de mise en pratique et cas d'exemples
- Évaluer et comprendre l'expérience client Connaître ses clients
 - Définir sa typologie de clients ou d'utilisateurs.
 - De l'importance du relationnel et de l'émotionnel dans l'expérience client.
 - Connaître les besoins et les attentes pour anticiper les désirs.
 - L'omnicanal : quels impacts ?
 - - Exercice de mise en pratique avec des personas.
- Cartographie du parcours client : expérience map Proposer la meilleure expérience
 - Diagnostiquer les parcours client.
 - Méthode de cartographie du parcours client.

EMY DIGITAL

39 avenue du Médoc

33320 EYSINES

Email: contact@emydigital.fr

Tel: 0973728900



- o Connaître et comprendre le client, définir des personas afin de réaliser un parcours client efficace.
- o Maîtriser les besoins et les attentes de chaque étape de l'expérience client de l'expérience attendue à l'expérience perçue.
- o - Atelier : concevoir un persona et une expérience map.
- Les best practices de la transformation de l'expérience client Construire l'expérience client
 - o Les différentes étapes pour construire des parcours client efficaces et pertinents.
 - o Co Construire le parcours client en mode collaboratif au sein de l'entreprise.
 - o Les leviers d'une expérience client réussie (engagement, anticipation, r assurance).
 - o - Exercice de mise en pratique.
- Le pilotage de l'expérience client Prendre en compte le feedback
 - o Mesurer, analyser et améliorer l'expérience client.
 - o Mettre en place des indicateurs de performances.
 - o - Exercice de mise en pratique

Moyens techniques et pédagogiques

Classes virtuelles : Lors d'une formation en classe virtuelle nous favorisons l'interactivité, la collaboration et l'intelligence collective. Nous créons une véritable dynamique de groupe pendant les classes virtuelles grâce à l'alternance de travail en individuel, en binôme, en petits groupes et en plénière.

À prévoir le cadre d'une formation en classe virtuelle :

- Un ordinateur (Mac ou PC) équipé de caméra et micro.
- Un navigateur internet récent.
- Une connexion internet stable (wifi, fibre ou filaire).
- Pratique de base d'internet et des différents outils numériques.

Classes en présentiel : Lors d'une formation en présentiel, nous prévoyons une salle de formation équipée d'un moyen de projection (écran, vidéo projecteur), de wifi, de mobilier et espaces d'affichages modulables. Du matériel de prototype est également mis à la disposition des apprenants dans le cadre de certaines formations.

Rythme d'apprentissage : Les séances en classes virtuelles se déroulent soit en demi-journée sur un rythme de 3h30, de 9h00 à 12h30 ou de 14h à 17h30. Soit sur une journée complète de 7 heures, de 9h00 à 17h00 avec une pause déjeuner d'une heure. Afin d'assurer un niveau d'attention constant malgré les écrans pour les classes virtuelles, nos formations sont actives et rythmées, nous intégrons une pause par séance et maintenons l'énergie du groupe avec des energizers.

Logiciels et outils des formations en classe virtuelle : Nous utilisons, entre autres, des logiciels et outils à la fois simples à prendre en main et efficaces pour la collaboration à distance : Zoom, Mural, Kahoot, WooClap, Google Drive, Padlet, ...

Kit pédagogique et supports : Nous fournissons un kit pédagogique aux participants comprenant : un support PDF, des ressources et outils variés.

Le kit pédagogique comprend également les productions réalisées par les participants tout au long de la formation.

Situation de handicap : EMY DIGITAL est soucieux d'accueillir les personnes en situation de handicap sans discrimination. Nous veillons à garantir l'égalité des droits et des chances des personnes handicapées pour accéder à la formation et pour leur permettre de valider leur parcours.

Merci de nous contacter :

- pour identifier ensemble un risque d'écart entre les aptitudes de la personne et les exigences de la formation
- pour organiser l'accueil présentiel dans les locaux dédiés à la formation ou à distance.

EMY DIGITAL

39 avenue du Médoc

33320 EYSINES

Email: contact@emydigital.fr

Tel: 0973728900



Méthodes pédagogiques

Les méthodes pédagogiques employées par nos formateurs et formatrices s'appuient sur l'expérience active des participants, la créativité et le co-développement et ce même à distance grâce à des outils digitaux participatifs et interactifs.

Nos formations respectent les différents styles d'apprentissage de l'adulte afin de permettre à l'ensemble des participants de vivre une expérience mémorable et utile à leur pratique professionnelle.

Chaque séquence pédagogique est organisée en quatre grands « temps forts » :

- Une phase de découverte
- L'apport méthodologique ou théorique
- La mise en application
- La synthèse

Suivi administratif et évaluations

Après vous être inscrit, vous recevrez par voie dématérialisée une convocation indiquant les liens d'accès à l'extranet et aux classes virtuelles pour une formation à distance ou l'adresse du lieu pour une formation en présentielle.

Si des participants ont des horaires à ajuster, ils sont alors définis en début de session en accord avec le groupe.

Des feuilles d'émargement dématérialisées seront à signer lors de chaque séance.

Évaluations des compétences : Les participants sont évalués tout au long de la formation sur des quizz interactifs, des mises en situation, des ateliers pour vérifier l'acquisition des compétences.

À la fin de la formation, un questionnaire est proposé aux participants afin qu'ils puissent faire le point sur l'assimilation des acquis en lien avec les objectifs de la formation et dont les indicateurs nous permettent de garantir des formations de qualité.

A l'issue du parcours de formation, les participants recevront un **certificat de réalisation de l'action de formation**.

Entre 2 et 6 mois après la fin de la formation, un questionnaire est adressé aux participants permettant d'évaluer la mise en application dans ses pratiques professionnelles et auquel cas de réévaluer ses besoins de formation.

Equipe pédagogique

EMY DIGITAL

39 avenue du Médoc

33320 EYSINES

Email: contact@emydigital.fr

Tel: 0973728900



Emily Lefebvre : Présidente d'Emy Digital et Responsable pédagogique, formatrice UX design, créativité et innovation.

Elle a un parcours de formation "Stratégie Digitale et UX design" chez Digital Campus Paris afin d'avoir un socle solide pour mieux accompagner les entreprises à la fois d'un point de vue technique mais aussi et surtout avec une approche centrée sur l'humain

[Pour en savoir plus](#)

<https://www.emydigital.fr/formateurs/emily-lefebvre/>

<https://www.linkedin.com/in/emily-lefebvre-ux-design/>

Pascale Limare : Responsable Qualité Formations et Chargée de clientèle

Léa Bordier : Assistante Formations

+ Équipe de formateurs

Quelques références d'EMY DIGITAL :

Grands comptes : PÔLE EMPLOI, BANQUE POPULAIRE, CAP GEMINI, DELOITTE, COVÉA Assurances, RATP, CAF Gironde

Tourisme : Trajectoires Tourisme, MONA Tourisme, Offices de Tourisme France entière, CDT, ART, Tourisme Lab Nouvelle Aquitaine

Agences digitales : AMILTONE, UX LIMPIDE, DEDI Agency, DATAFIRST, DIGITALE PIPELETTE, ROCKETLABS , COM6 INTERACTIVE

Associations et collectivités : Ministères des Sports et de la Jeunesse, Assurance Maladie, Habitat des Possibles, Ville et Aménagement Durable, Bordeaux Mécènes Solidaires, AFPA, Maison de l'Emploi, CCI Ille et Vilaine, DDTM Gironde, Communautés de communes ...

Structure d'accompagnement à l'emploi : CREDER, Maison Métropolitaine pour l'emploi Lyon, Socrate Conseil...

Start-up et accélérateurs : Influence Food, Innest, le Hack40

Écoles : HETIC, DIGITAL Campus, École Multimédia

Indépendants : Consultants, formateurs, UX Designers, Coachs