

## Intitulé de la formation **Expérience et parcours client : stratégie pour capter des prospects et fidéliser ses clients**

Domaine **Accueil, efficacité commerciale et relation client - Accueil** Version 12/2024

Éligible CPF Non  Oui

### Objectifs

#### Objectif de la formation

Optimiser le parcours et l'expérience client afin de capter des prospects et fidéliser vos clients

#### Objectifs pédagogiques (Être capable de...)

- Définir le parcours du client
- Mettre en place les outils pour améliorer l'expérience client

**Durée :** 1 j de formation **Modalité :** Présentiel **Effectif :** De 4 à 10 personnes  
soit **7h par stagiaire**

**Accessibilité** Pour les personnes en situation de handicap, en amont de la formation, nous contacter afin de déterminer les aménagements à adapter.

**Public concerné**

- Directeur commercial, directeur de communication, directeur de développement, directeur marketing et chef d'entreprise

**Prérequis et niveau d'entrée**

- Aucun

**Moyens et méthodes pédagogiques**

- En début de formation, le formateur validera les attentes de chaque bénéficiaire pour une adaptation éventuelle,
- Autodiagnostic,
- Pédagogie participative,
- Travaux individuels relatifs au plan de progression.

**Évaluation**

**De la satisfaction du module par le stagiaire**

- Questionnaire écrit

**Des acquis du stagiaire**

Type d'évaluation :

- QCM

Barème d'évaluation :

- Acquis (plus de 80% de réponses exactes)
- En cours d'acquisition (de 50 à 79%)
- À consolider (moins de 50% de réponses exactes)

**Qualité et profil de l'animateur**

- Animateur spécialisé intervenant pour le compte de CAMPUS XII<sup>e</sup> AVENUE

**Sanction de la formation**

- **Attestation individuelle d'assiduité et de fin de formation**

### Contenu de formation

½ JOURNEE N°1

#### DEFINIR LE PARCOURS CLIENT ET LA PROMESSE D'EXPERIENCE CLIENT

- Le parcours client
- L'expérience client
- Définition de votre parcours client – Les moments de vérité
- La perception de qualité VS les besoins implicites et les besoins explicites

# Programme de formation

## METTRE EN RELATION EXPERIENCE VOULUE ET SOLUTIONS PROPOSEES

- Définir les axes d'amélioration prioritaires
- Proposer des solutions répondant aux attentes clients : produits, services, discours clients

## ½ JOURNEE N°2

### MESURE DE L'EXPERIENCE CLIENT

- Collecter et gérer les données
- Choisir les KPI appropriés
- Analyser les données recueillis
- Mettre en œuvre les axes d'amélioration

## Contact formation

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Lionel DÉLÉRIS – 05 65 75 56 99 – l.deleris@campus12avenue.fr | Site de Rodez – intra et sur-mesure         |
| <input type="checkbox"/> Anne JEANJEAN – 05 65 59 59 03 – a.jeanjean@campus12avenue.fr | Site de Millau – inter, intra et sur-mesure |
| <input type="checkbox"/> Céline LONGUET – 05 65 75 56 77 – c.longuet@campus12avenue.fr | Site de Rodez – inter                       |
| <input type="checkbox"/> Amélie MOULY – 05 65 75 56 84 – a.mouly@campus12avenue.fr     | Site de Rodez – intra et sur-mesure         |



Sous l'égide du Conseil Régional et de l'Agefiph, notre organisme de formation a signé la charte pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

**EESC BUSINESS CAMPUS 12 - CAMPUS XII<sup>o</sup> AVENUE**  
**N° déclaration d'existence :** 76 12 01010 12 - **SIRET :** 900 038 167 00012  
**Siège social :** CAMPUS XII<sup>o</sup> AVENUE Cité de l'Entreprise et de la Formation  
 5 rue de Bruxelles BP 3349 12033 RODEZ Cedex 9  
**Site de Rodez :** 5, rue de Bruxelles - **Site de Millau :** 38 boulevard de l'Ayrolle  
**Tél :** 05 65 77 77 00 **Mail :** [fpc@campus12avenue.fr](mailto:fpc@campus12avenue.fr) **Web :** [www.campus12avenue.fr](http://www.campus12avenue.fr)