

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
soit **7h par stagiaire**

Modalité : Présentiel

Effectif : De 4 à 10 personnes



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^e AVENUE



Sanction de la formation

- Attestation individuelle d'assiduité et de fin de formation



Contenu de formation

½ JOURNÉE 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

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

fpc@campus12avenue.fr

Site de Rodez : 05 65 77 77 00

Site de Millau : 05 65 59 59 03

Sur Internet :

