

Analyser le parcours client et développer les ventes

PUBLIC



Tout salarié en contact avec le client particulier ou professionnel. Accessible aux personnes en situation de handicap.

PRÉREQUIS

Connaissances commerciales.

OBJECTIFS



Mettre le client au cœur de l'organisation de l'entreprise.

APTITUDES

Capacité à répondre rapidement aux besoins de la clientèle.

Facilité à communiquer avec les gens.

Aptitude pour le service à la clientèle.

COMPÉTENCES VISÉES

Augmenter la satisfaction du client à chaque étape de son parcours.

MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.

Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

DURÉE



Durée : 2 jours | Délai d'accès : sur demande

TARIF

A partir de 300 € par personne / jour

MODALITÉS

Présentiel / à distance / mixte

PROGRAMME

Appréhender les nouveaux enjeux de l'expérience Client

- Les nouveaux usages et les nouveaux comportements de vos clients
- L'expérience client et l'expérience utilisateur
- S'approprier les leviers et les stratégies omnicanales
- Atelier : prendre la mesure de l'émotion chez les clients

Analyser le parcours client et l'expérience proposée

- Le parcours Client et les différents points de contacts.
- L'expérience attendue et l'expérience perçue par chaque Client
- La qualité de ses canaux et points de contact : outils et méthodes.
- La veille et le benchmark de votre expérience client.
- Les points de frustration clients à résoudre.

Définir une expérience client et piloter le parcours client

- La proximité clients des points de contacts
- La personnalisation de ses parcours client
- La construction d'un parcours client de façon collaborative

Créer des parcours clients fluides et personnalisés

- La décomposition du parcours client en étapes
- La représentation schématique du script de service
- Les risques d'insatisfaction et points critiques
- Les opportunités des données clients pour personnaliser ses parcours clients.

Piloter l'expérience de ses clients

- Des indicateurs pour suivre l'expérience client
- Les actions et les axes d'amélioration prioritaires