

# L'expérience client, nouveau graal de la fidélisation

Durée : 2,5 jours ou 5 demi-journées

## **A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?**

### **Public**

- Tout agent impliqué dans la relation client, soucieux de s'engager dans une stratégie d'interactions, physiques ou digitales, pour lui faire vivre une expérience différenciante et mémorable afin de provoquer un attachement durable à sa collectivité

### **Prérequis**

- Afin de mettre pleinement à profit cette formation, les participants sont invités à établir un état des lieux de leur stratégie de relation client

## **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES**

- Mettre en place des actions de mesure de l'expérience client
- Définir un marketing-mix de l'expérience client pour votre entité
- Opter pour de nouvelles postures gagnantes vis-à-vis de vos clients
- Proposer des parcours clients différenciants

## **CONTENU (PROGRESSION PEDAGOGIQUE)**

- Perspectives et enjeux de l'expérience client
- Outils de mesure et processus internes
- Leviers du marketing-mix spécifique de l'expérience client
- Parcours clients
- Stratégies payantes et process de mise en œuvre

## **ORGANISATION**

### **Moyens pédagogiques et techniques**

- Accueil des stagiaires dans une salle virtuelle ou physique, dédiée à la formation
- La formation alternera états des lieux chiffrés, veille numérique et comportementale
- Elle sera illustrée par un benchmark de bonnes pratiques illustré et de nombreux exemples de mises en pratique
- Ateliers et mini-cas
- Documents supports de formation projetés
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

### **Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation**

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Formulaire d'évaluation de la formation

