

EXPERIENCE CLIENT

Différenciez-vous grâce à une approche intégrée, mesurable et centrée sur le client

par Josué GIRANDIER

En tant que dirigeant d'entreprise, vous aspirez à :

- innover,
- donner de vraies raisons à vos clients d'acheter votre offre, au-delà du seul prix,
- faire de vos partenaires (clients, fournisseurs, collaborateurs...) des « ambassadeurs naturels » de votre marque,
- créer plus de collaboratif et de sens pour vos équipes autour du client,
- devenir un vrai partenaire stratégique pour vos clients professionnels,
- identifier de nouvelles opportunités d'offre produit ou service,
- faire de votre entreprise un système à forte valeur ?

Si votre réponse est oui, alors cette formation est conçue pour vous ! Développer de vraies singularités et promesses clients différenciantes, mieux comprendre ses clients et délivrer des expériences "mémorables"... L'expérience Client est un levier majeur de différenciation, de fidélisation et de performance globale.

FORMATEUR/TRICE

Josué GIRANDIER accompagne les entreprises depuis 2011 dans l'objectif de leur apporter des outils et méthodologies pour structurer leur développement, affirmer leur singularité et concevoir des expériences clients innovantes. Diplômé de l'Institut d'Administration des Entreprises de Poitiers, et après 3 années passées en tant qu'auditeur interne au sein d'un grand groupe, il a construit son expérience lors d'un parcours de responsable commercial au sein de TPE/PME.

OBJECTIFS, BENEFICES

- Être capable de promouvoir la démarche au sein de son organisation et de mobiliser ses équipes
- Comprendre la démarche globale pour concevoir une Expérience Client mémorable
- Savoir collecter et analyser l'expérience vécue par les clients
- Utiliser les différents outils pour concevoir et manager des expériences client mémorables

CONTENU, PROGRAMME

Introduction

- L'ère de l'économie d'Expérience
- Les enjeux pour l'entreprise
- Le modèle de management de l'Expérience Client

Définir et formaliser son Expérience voulue

- Partir de son modèle économique
- Formaliser son « Pourquoi »
- Clarifier son positionnement Expérience Client

Comprendre l'Expérience vécue par ses clients

- Collecter la voix du client
- Cartographier l'Expérience vécue avec le Customer Experience Canvas
- Les Moments de Vérité
- Comprendre les enjeux Client avec l'approche Job to Be Done

Concevoir les nouveaux Moments Tangibles d'Expérience (MTE)

- Générer les idées

- Trier et tester

Manager l'Expérience client

- Intégrer l'Expérience Client dans son management quotidien
- Mesurer la performance

METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Cet atelier-formation s'articule autour de l'application immédiate des outils présentés en suivant le processus méthodologique global de l'approche expérience client. Le partage d'expériences et les échanges nourrissent les regards de chacun. Par groupe et de manière co-créative, les participants seront amenés à travailler sur des cas concrets.

