Plan de formation

Diagnostiquer, améliorer et gérer l'expérience client pour se démarquer

Description de la formation

Identifier les occasions d'amélioration de tous les processus d'affaires de l'organisation qui sont en interaction avec le client afin de vous démarquer de la compétition. Inspirée des techniques avancées de service à la clientèle et des approches « Customer Centric », cette formation propose les processus, les techniques et les exercices nécessaires pour analyser, développer et coacher l'expérience client dans votre organisation.

Objectifs pédagogiques

1. Bâtir une culture expérience client;
2. Cartographier l'expérience client dans votre organisation;
3. Identifier les occasions d'amélioration à chaque point de contact et la valeur de l'expérience client;
4. Outiller vos équipes à offrir une expérience client exceptionnelle;
5. Soutenir et améliorer les performances;
6. Utiliser les techniques pour soutenir le changement.

Contenu

Introduction

- Objectifs, présentation et déroulement
- Brise-glace : L'apothicaire

Module 1 : Notions fondamentales

- Définition de l'expérience client
- Comprendre l'état d'esprit de mes clients
- Exercice initiatique : Saurez-vous trouver ce que les clients veulent vraiment?
- Pourquoi les exécutifs croient que l'expérience client est rentable
- Questions à se poser pour améliorer l'expérience client
- Le cycle de l'expérience client
- Exercice : Cartographier l'expérience client offerte par votre entreprise en utilisant le tableau à cet effet

Module 2 : Définir vos valeurs clients

– Le rôle des exécutifs
– Coût de l'expérience client : segmenter votre clientèle
– Exercice : classez votre clientèle
– Calculer les économies d'une excellente expérience client
– Exercice en étude de cas : Maclaren

Module 3 : Concevoir votre expérience client de marque

– Comment élever la barre du service à la clientèle vers l'expérience client
– Matrice de l'expérience client
– Remettre en question les processus sacrés
– Processus pour bien faire les choses la première fois
– Identifier les occasions d'amélioration
– Exercice en étude de cas : cartographie de Starbucks Café

Module 4 : Équiper ses gens et offrir l'uniformité

– Bâtir un environnement propice à l'expérience client
– Exercice en étude de cas : Zappos
– Place de la technologie avec l'expérience client

Diagnostiquer, améliorer et gérer l'expérience client pour se démarquer

– Métriques et KPI pour gérer l'expérience client
– Éliminer les métriques toxiques
– Copier, coller les meilleures pratiques
– Bâtir son répertoire de gestes clés pour reconnaître et mobiliser
– Exercice en simulation : Hôtel DoubleTree

Module 5 : Soutenir et améliorer la performance

– Mesurer les bonnes métriques et sonder vos clients
– Résoudre les problèmes d'expérience client en équipe
– Coacher par les questions pour susciter l'autoréflexion
– Encourager la prise en charge de l'expérience client
– Utiliser les six « i » pour leader le changement

Module 6 : Assurer le changement pour soutenir l'expérience client

– Évaluer le changement
– Comprendre le processus décisionnel de la haute direction
– Exercice individuel : préparer son Business case pour convaincre des changements nécessaires

Méthodologie

- Exposé
- Travail d'équipe
- Groupe de discussion
- Étude de cas
- Simulation

Clientèle visée

Directeurs et gestionnaires expérience client, directeurs et gestionnaires centre de contact client, leaders en expérience client.

Formateur(s)

Lucie Turcotte
Ayant acquis une expérience de plus de 12 ans, principalement à titre de directrice des ventes où elle a dirigé une équipe de plusieurs vendeurs, Lucie se spécialise depuis 2007 dans le coaching et la formation en entreprise. Elle œuvre principalement dans les domaines de la vente, du développement des affaires, de l'expérience client, du service à la clientèle, de la négociation, de la communication, de l'influence et du leadership.

Durée

2 jour(s) pour un total de 14 heure(s).

Coût par participant en formation publique

1087 $

Prochaines dates en formation publique

24 et 25 mars 2027 (Montréal)

Plan de formation

Diagnostiquer, améliorer et gérer l'expérience client pour se démarquer

La bonne formation au bon moment. ÉTS FORMATION est le leader universitaire en formation continue avec plus de 9000 participants formés annuellement et une offre de plus de 300 différentes formations. Nos formations sont pratiques et pragmatiques et affichent un taux de satisfaction supérieur à 95 %