

Formation Bâtir et développer l'expérience client

■ Durée :	5 jours (35 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	3 775,00 CHF HT (standard) 3 020,00 CHF HT (remisé)
■ Public :	Commerciaux, Managers commerciaux, gestionnaires de centre de profit
■ Pré-requis :	Maitrises les fondamentaux du métier de commercial
■ Objectifs :	Identifier et anticiper les besoins et attentes des clients B2B et B2C - Intégrer la notion d'accessibilité et d'inclusion dans l'expérience client - Construire et piloter des stratégies orientées client (services, digital, e-commerce) - Mettre en œuvre des outils et indicateurs pour améliorer la satisfaction et la fidélisation - Mobiliser les équipes autour d'une culture organisationnelle centrée client
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MIS102652-F
■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles

■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Jour 1 - Comprendre les fondements de l'expérience client

Définir l'expérience client et son importance stratégique dans les services numériques et le B2B

Analyser les comportements d'achat et les attentes des clients professionnels et particuliers

Intégrer la prise en compte des clients en situation de handicap

Atelier pratique : cartographier le parcours client type dans un centre de services (ex. formation, ESN, éditeur logiciel)

Jour 2 - Collecter et analyser les données clients

Identifier les sources de données (CRM, enquêtes, réseaux sociaux, retours SAV, analytics)

Mesurer la satisfaction et les points de friction du parcours client

Exploiter les données pour anticiper les besoins émergents

Atelier pratique : analyser un jeu de données clients pour identifier des leviers d'amélioration

Jour 3 - Concevoir des stratégies orientées client

Développer des campagnes marketing et communication centrées sur le client

Personnaliser les offres et interactions (segmentation, scénarios de fidélisation)

Mettre en place une politique de gestion des réclamations et retours clients

Atelier pratique : concevoir une campagne de fidélisation ciblée pour une clientèle B2B

Jour 4 - Piloter la qualité de l'expérience client

Mettre en place des indicateurs clés (NPS, CES, taux de fidélisation, taux de réclamation)

Évaluer et ajuster en continu la qualité du service rendu

Intégrer l'omnicanal (présentiel, e-commerce, digital) pour une expérience cohérente

Atelier pratique : créer un tableau de bord de suivi de l'expérience client

Jour 5 - Mobiliser les équipes autour de l'expérience client

Diffuser une culture client au sein des équipes commerciales et opérationnelles

Former et motiver les collaborateurs pour garantir un service homogène

Aligner stratégie client et stratégie RSE (accessibilité, durabilité, éthique)

Étude de cas fil rouge : bâtir une stratégie complète d'expérience client pour un organisme de formation ou une ESN