Stratégie marketing

Perfectionner sa stratégie d'expérience client

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19EXPECLI | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 550 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Définir et mettre en œuvre des parcours client performants.
- Comprendre pourquoi, où, quand et comment l'expérience client peut créer plus de valeur pour ses clients et pour l'entreprise.
- Acquérir les méthodes, outils et bonnes pratiques pour concevoir des parcours et une expérience client permettant de se différencier.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Nouveaux responsables ou directeurs marketing, responsables relation ou expérience client, chefs de projet orientés client.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Appréhender les nouveaux enjeux de l'expérience client omnicanale

- Analyser la disruption de l'expérience client.
- Décrypter les nouveaux usages et comportements clients.
- Différencier l'expérience client (CX) et l'expérience utilisateur (UX).
- Identifier les différents modèles d'expérience client et de parcours.
- S'approprier les leviers et les stratégies omnicanales.
- **Atelier** : prendre la mesure de l'émotion chez les clients.

Diagnostiquer l'expérience livrée et les parcours client

- Recueillir et comprendre la voix du client et des collaborateurs : collecte et usages.
- Confronter l'expérience attendue et l'expérience perçue.
- Analyser la qualité de ses canaux et points de contact : outils et méthodes.
- Pratiquer la veille et le benchmark de votre expérience client.
- **Atelier :** identifier les points de friction clients (pain points) à résoudre.

Définir une stratégie d'expérience client omnicanale et piloter ses parcours client

- Définir une stratégie CX et ses objectifs.
- Développer la proximité clients, concevoir et décliner des personas.
- Différencier ses parcours client selon sa stratégie d'expérience client.
- Construire des parcours client de façon collaborative : méthodes, pratiques et process.

Créer des parcours client omnicanaux fluides et personnalisés

- Adopter une vision transversale pour une expérience client sans couture : le Customer Journey Mapping.
- AB tests, heatmap, UX... : optimiser son expérience client en ligne.
- Saisir les opportunités de la data analyse et l'Intelligence Artificielle pour personnaliser ses parcours clients.

Piloter son expérience client omnicanale

- Mettre en place des indicateurs de performance expérience client pertinents.
- Assurer un pilotage en temps réel.
- Déduire les actions et axes d'amélioration prioritaires.
- Pratiquer la Symétrie des Attentions ®.
- **Atelier** : optimiser la valeur ajoutée de ses points de contact.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.