

L'OMNI CANAL : STRUCTURER ET OPTIMISER LES PARCOURS CLIENTS

RC99

2 jours (14h) 1 390,00 €^{HT}

Objectifs

Comprendre le périmètre de l'Omni canal, la différence entre le multi, le cross et l'omni canal • Découvrir les stratégies d'un secteur à l'autre • Les méthodes et outils pour mesurer la performance du cross-canal et conduire le changement en interne • Apprendre à formuler un parcours client performant en cross/omni canal et adapté à l'activité de son entreprise

Profil Stagiaire(s)

Tout acteur de la relation client : responsables marketing, marketing clients, responsables web, responsables Call Center/SVI, responsables de l'organisation, community managers, chefs de projet internet et SI, etc.

Pré-requis

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis

Profil Animateur(s)

cette formation Relation Client est assurée par un expert optimisation de la relation clients en cross-canal



PROGRAMME

Les dernières évolutions en termes de Relation Client

Panorama des fonctionnalités Web (click & collect, pick Up, Store Locator...), applis et nouvelles fonctionnalités mobiles, écrans digitaux, beacons, nouveaux concepts de vente en « phygital », boutiques connectées et nouvelles postures de vente
Nouvelles attentes / exigences clients, nouveaux comportements clients
Nouveaux enjeux

Intégrer et positionner chaque canal au carrefour des attentes client et de l'intérêt de l'entreprise

SVI / Home Page
Call Centers, T'Chat en ligne
Site Web & applications mobiles
Réseaux sociaux
SMS / E-Mails
Commerciaux, agences, points de vente & magasins
Cas pratique : diagnostic du positionnement actuel des canaux dans votre entreprise et identification des potentiels sous-exploités

Formaliser un parcours client

Décomposer les étapes du parcours d'achat
Etablir la cartographie des contacts actuels

Intégrer des dispositifs performants

Les fonctionnalités Internet/mobile/réseaux sociaux prioritaires
Les passerelles cross-canal : web to store, store to web, web in store, etc.
Les automatismes de campagnes
Les dispositifs d'orientation des clients vers un canal ou un autre
Cas pratique : formalisation et optimisation d'un parcours client

Les recettes de la performance

Panorama des pratiques d'adaptation du canal au type / au niveau de complexité du contact client, au degré d'urgence, à la valeur client

Contactez-nous

Conseiller formation
09 88 66 10 00
inscriptions@demoss.fr

Nos sessions

9 - 10 déc. 2021 : Paris / A
Distance

7 - 8 avr. 2022 : Paris / A Distance

9 - 10 juin 2022 : Paris / A Distance

26 - 27 sept. 2022 : Paris / A
Distance

5 - 6 déc. 2022 : Paris / A Distance

L'OMNI CANAL : STRUCTURER ET OPTIMISER LES PARCOURS CLIENTS

RC99 2 jours (14h) 1 390,00 €^{HT}

Les étapes clé d'intégration du cross-canal / omni canal dans les parcours clients

Techniques de diagnostic de performances
Techniques de formulation des parcours clients cibles
Identifier les chantiers requis
Construire le schéma directeur des projets d'évolution
Nouveaux process de collecte, de qualification et de recueil de la satisfaction
Evolution des rôles et méthodes de vente (vendeurs, commerciaux, téléconseillers), nouvelles chartes de qualité de service « partagées »
Evolution des concepts points de vente et agences
Techniques gagnantes d'accompagnement du changement
Cas pratique : construction du plan d'action associé au projet de refonte d'un parcours client

Méthode pédagogique

Illustration par de nombreux exemples issus d'un travail d'exploration sur un périmètre d'entreprises qui présentent la particularité de parcours d'achat relativement longs et complexes : analyse de stratégies cross-canal entreprises par les DG, DMarketing, ou DCommerciales, recensement et consolidation progressive d'un grand nombre de pratiques en termes de dispositifs relationnels en cross-canal (fonctionnalités web et mobile, combinaison de canaux, traitement différenciés clients, etc.)
Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

Moyens pédagogiques et techniques de mise en œuvre

Nos formateurs DEMOS sont recrutés conformément aux spécifications mentionnées pour chaque formation. Ce sont des professionnels en activité et/ou des experts dans leur domaine.

Ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations qu'ils dispensent et adaptent leur pédagogie au public accueilli.

Par ailleurs, nos centres de formation DEMOS sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie.
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de co-learning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Et tous sont accessibles aux personnes à mobilité réduite

Le dispositif de suivi et d'évaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :

- Des évaluations des acquis en cours et en fin de formation

Elles peuvent être faites de différente manière selon le contenu de la formation suivie :

Quiz, exercice pratique, étude de cas, jeu de rôles, mise en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.

- Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.