

EXPÉRIENCE CLIENT



Expérience client

Option secondaire

Semestre de printemps
13h30-16h45
Neuchâtel





Contexte

EXPÉRIENCE CLIENT

Dans un marché ultra-concurrentiel, l'expérience client est devenue un levier stratégique majeur. Les consommateurs, plus exigeants et connectés, attendent des interactions fluides et personnalisées sur tous les canaux (web, mobile, magasin).

Grâce aux nouvelles technologies comme l'IA et l'analyse prédictive, les entreprises peuvent anticiper leurs besoins et proposer des services sur mesure. Mais au-delà de la technologie, l'engagement des employés et la relation client sont essentiels pour créer une expérience mémorable, fidéliser et transformer les clients en ambassadeurs.

Devenez un expert recherché et boostez votre employabilité en maîtrisant l'un des piliers du marketing moderne

Le programme

DEUX AXES



1

FONDAMENTAUX

- Définition de l'expérience client et son rôle dans le succès des entreprises.
- Exploration des tendances actuelles, telles que la personnalisation, la gamification et l'omnicanalité ainsi que le rôle de l'intelligence artificielle dans l'expérience client.

2

ATELIERS PRATIQUES

- Conception d'un parcours client à travers des projets pratiques en élaborant des recommandations stratégiques.
- Utilisation d'outils pour analyser l'impact des expériences clients (ex KPIs : Net Promoter Score, Satisfaction, enquête de feedback, Customer Journey Mapping)

Compétences visées

À L'ISSUE DE CE COURS, VOUS SEREZ EN MESURE DE ...



Optimiser le parcours client

Identifier et éliminer les points de friction pour améliorer la satisfaction et la fidélisation des clients.



Mettre en place des stratégies innovantes

Utiliser la personnalisation, l'omnicanalité et l'intelligence artificielle pour proposer une expérience engageante et différenciante.



Utiliser des outils d'analyse et de mesure

Maîtriser des indicateurs clés tels que le Net Promoter Score (NPS) et le Customer Journey Mapping pour évaluer l'efficacité des actions mises en place.



Améliorer l'expérience collaborateur

Intégrer des stratégies de motivation et d'engagement des employés afin d'assurer un service client exceptionnel et durable.



Modalités d'évaluation

Examen écrit individuel

Durée - 90 minutes

Intervenant



Suren Gunawardena

Spécialiste en marketing à l'ICME
(Institut de la Communication et du
Marketing Expérientiel)



Inscrivez-vous !