

Expérience Client et Stratégie Marketing

Lien : https://maroc-performance.com/formation/experience-client-et-strategie-marketing

DURÉE	RÉFÉRENCE	CATÉGORIE
3 jours (21h)	**MC40**	**Marketing Stratégique**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Cerner les enjeux de l’expérience client
- Identifier les éléments clés de l'expérience client
- Utiliser des outils et méthodes adaptés
- Mettre en place une stratégie transversale axée sur l'expérience client
- Renforcer l’engagement des collaborateurs dans la culture clients
- Analyser et écouter en permanence les retours des clients pour améliorer leur expérience
- Utiliser les retours clients pour réparer les processus existants et co-construire de nouvelles offres
- Appliquer une stratégie "client centriste" en interne, comme en externe

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- ✔ Chefs d'entreprise
- ✔ Directeurs marketing
- ✔ Directeurs qualité
- ✔ Responsables CRM GRC
- ✔ Chefs de produits
- ✔ Directeurs commerciaux
- ✔ Directeurs de la communication
- ✔ Webmasters
- ✔ Responsables de la chaîne logistique
- ✔ Managers

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de l’expérience client

- Définir le concept d’expérience client
- Comprendre les composantes d’une expérience
- Découvrir les principes du design de l’expérience
- Mettre en place l'expérience client dans l'entreprise
- Prendre conscience de l'utilité de l'expérience client
- Les nouveaux usages et comportements clients
- Comprendre que la prospection est le début de l'expérience client
- Les différentes typologies de clients : le client final, le fournisseur, le sous-traitant , le co-traitant, le salarié
- Mesurer l'expérience client à travers ses différents parcours d'achats
- Apprécier les différents niveaux d'expérience grâce à la bonne gestion de la communication interne et externe

2 / Les axes de l'expérience client

- Prendre en compte les différentes dimensions
- Mesurer l'expérience client et évaluer la situation dans l'entreprise
- Connaître les différents niveaux d'expérience client
- Fixer l'ambition et définir les étapes de mises en œuvre
- Se situer comme entreprise dans sa mise en pratique

3 / Créer un état d'esprit de l'expérience client

- Partage des informations avec tous les acteurs de l'entreprise

Maroc Performance

- Mise en place des outils et des programmes de partage d'informations
- Ecoute et veille permanente de l'expérience client
- Etude et préparation de la cartographie des points de contact des clients
- Les salariés : clé de voûte de l'expérience client

4 / Renforcer l’engagement des collaborateurs dans la culture clients

- Un système de partage de valeurs pour améliorer l'expérience client
- La stratégie et les engagements clients : définir la direction stratégique et le partage avec toute l'entreprise
- Les conditions d’une acculturation progressive, les outils et programmes associés

5 / L'écoute client

- L'écoute client : l'expérience vécue par les clients
- Les sources de feedback : collecter les retours clients
- Utiliser le feedback : prioriser les retours clients
- L'amélioration continue des processus

6 / Designer l’expérience client

- Le design de l'expérience : identifier les interactions client et entreprise
- Le buyer persona : un client idéal
- Le parcours client sans rupture d'expérience
- Les moments clés où l'entreprise doit être présente

7 / Les données de l'expérience client

- Savoir choisir et traiter les données clients
- Changer les détracteurs en promoteurs
- Piloter l'expérience client : la gouvernance
- Mesurer les progrès réalisés dans le cadre des projets d'expérience client

Maroc Performance

8 / Les enjeux de la qualité perçue et de l'expérience client

- Le périmètre de l'expérience client sur le parcours du client
- De la qualité attendue à la qualité perçue : viser l'enthousiasme des clients

9 / Améliorer une expérience client Omnicanal

- Personnaliser un parcours avec la data et l'IA
- Optimiser l'expérience client en ligne: AB testing, UX Design...
- La révolution du e-commerce et ses impacts
- Passer des Big au Smart Data
- Les données pertinentes, ultra-qualifiées pour anticiper les désirs des clients, Comprendre leurs intentions et être capable d'apporter des réponses immédiates
- La stratégie crosscanal, et/ou omnicanal doit être en cohérence avec un management transverse de l'entreprise et de sa chaîne de valeur

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Maroc Performance

Prochaines dates programmées

09 au 11 Déc. 2026	Distanciel
06 au 08 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
10 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
30 Juin au 02 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance