USMP1E - Personnalisation de l'expérience client

Mis à jour le 28-09-2023

Code : USMP1E

Unité spécifique de type cours

6 crédits

Responsabilité nationale : EPN11 - Territoires / Aurélien FERRY

Contact national :

Cnam entrepreneur(s)

4 rue du Docteur Heydenreich
CS 65228
54052 Nancy cedex
03 83 85 49 00

Présentation

Prérequis

Auditeur inscrit au Bac+1 Management Entrepreneurial de projet d'Activité - Assistant-Manager DIE8900A

Objectifs pédagogiques

L'unité Personnalisation de l'expérience client vise à connaître et comprendre les différents parcours clients et des outils numériques (réseaux sociaux…), la gestion de la satisfaction client (réclamation…), le conseil / vente auprès des clients, les outils de personnalisation de l'expérience client, les politiques / référentiels client et la mise en œuvre dans son poste.

Compétences

- Expérience client
- Valeur
- Compétitivité des entreprises
- Fidélisation client
- Parcours client
- Cartographie du parcours client
- Marketing de contenu

Programme

Contenu

- Définition et origine de l'expérience client
  - Travailler l'expérience client = donner de la valeur à son produit / son offre
    - Nouvelles formes de consommation, nouveaux besoins, nouvelles attentes de la part des consommateurs
    - Recherche d'expériences, les besoins d'hédonisme, d'esthétisme, d'évasion et de lien social deviennent les motivations principales du consommateur
  - Production d'expérience & compétitivité des entreprises
    - Le consommateur ne se souviendra pas forcément d'une affiche ou de la phrase d'accroche d'une marque mais se souviendra des sentiments ou sensations que cette marque lui aura fait vivre
  - Rebondir sur la fidélisation du client
- Définition et origine du parcours client
  - Le parcours client est une étape importante dans la mise en marché de son produit
  - La cartographie du parcours client
  - Comprendre les attentes du client
  - L'articulation du parcours client
- Mesurer l'expérience client
  - Quels outils "mesure" à concevoir et surveiller pour la satisfaction client ?
  - Marketing de contenu : les outils / la ligne éditoriale / les outils de mesure (indicateurs de performance) / multiplicité des outils Web choisis

Modalités de validation

- Contrôle continu
- Projet(s)

Description des modalités de validation

Remise et présentation d'une note de synthèse (3/4 p) ou power point sur le travail de transfert et d'application réalisé sur le projet entrepreneurial conduit.