

Perfectionner sa stratégie d'expérience client

Définir une stratégie d'expérience client omnicanale et des parcours client différenciants

2 jours (14 heures)

Initiation

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1 495 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 25/09/2026. Document téléchargé le 10/10/2026.

Qu'il s'agisse de conquérir de nouveaux clients, de les fidéliser dans la durée ou même d'engager les collaborateurs, l'expérience client est devenue un **levier central de performance et de différenciation**.

Aujourd'hui, les clients ne comparent plus seulement les produits ou les prix : ils jugent l'expérience globale proposée par une marque. **80 %** des clients déclarent que l'expérience est aussi importante que les produits ou services eux-mêmes (Salesforce, Customer Engagement Research 2023). Une expérience mal maîtrisée fragilise la relation alors qu'une expérience pensée et pilotée devient un **avantage concurrentiel durable**.

En deux jours, cette formation ISM "**Perfectionner sa stratégie d'expérience client**" vous aide à structurer une approche omnicanale (parcours, pain points, personas) et initiez un Customer Journey Mapping.

Pourquoi se former à la stratégie d'expérience client ?

- Optimiser chaque point de contact pour offrir une expérience client cohérente, fluide et personnalisée.
- Mieux comprendre les attentes, usages et irritants des clients afin de les dépasser et renforcer leur fidélité.
- Utiliser des outils et méthodes essentiels pour évaluer, piloter et améliorer en continu l'expérience client.

Sessions à Paris, Lyon, Lille, Aix-en-Provence et à distance.

Pour aller plus loin :

- Vous souhaitez approfondir le pilotage et la mesure de l'expérience client ? Découvrez la formation : [**Mesurer et piloter la performance de son expérience client**](#)
- Passez en mode exploration avec un format immersif et innovant pour imaginer l'expérience de demain : [**Learning Expedition – Le futur de l'expérience client**](#)

Objectifs

- 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.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Mettre en œuvre une expérience client marquante.

À qui s'adresse cette formation ?

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

Prérequis

Aucun.

Programme

1 Pendant votre formation

Perfectionner sa stratégie d'expérience client

Modules distanciels :

- E-quizz 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.
- Dédire les actions et axes d'amélioration prioritaires.
- Pratiquer la Symétrie des Attentions®.
- **Atelier** : optimiser la valeur ajoutée de ses points de contact.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Bogna KACZMAREK

Expert en Parcours, Expérience et Culture Client.

Florian FERAL

Consultant-formateur expert en Customer Success et relation client.

Modalités 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.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Détails de la session

Du 17 novembre 2026 au 18 novembre 2026 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 17 novembre 2026 au 18 novembre 2026

Paris

- 17 novembre 2026 ----- 9h00 - 17h30
- 18 novembre 2026 ----- 9h00 - 17h30