

Expérience client, pour se réinventer et se démarquer

Nous avons tous notre propre définition de ce qu'est un bon service. Nous avons tous des attentes, mais d'où proviennent ces attentes ? Et si, pour un instant, vous preniez le temps de vous mettre dans la peau de votre client et de chercher à savoir ce qui peut le satisfaire, ce qu'il recherche, ce qu'il désire ? Et définir ce que vous désirez lui offrir ? Cela vous obligerait à oublier ce que vous avez à faire et à vous centrer sur ce que vous devez faire pour vous assurer que le client vive une expérience inoubliable. Quelle expérience désirez-vous laisser à vos clients ?

Objectifs

- Définir la notion d'expérience client
- Présenter les différents univers du service à la clientèle
- Dresser le portrait de l'expérience client que vous désirez laisser
- Identifier des pistes d'intervention afin d'améliorer l'expérience client

Contenu

- Les différentes étapes de l'expérience client
- Matrice de l'expérience client
- Perception du service
- Service attendu, reçu, désiré, adéquat
- Philosophie et promesse client
- Clarifier sa vision, politiques et normes
- L'environnement physique et sensoriel
- Gestion du changement

**15 % de rabais
pour deux inscriptions
simultanées**

**20 % de rabais
pour trois inscriptions
simultanées**

Avantages pour vous

- Une clientèle plus fidèle qui vous recommande à son réseau
- Une plus grande uniformité de la prestation de service
- Une augmentation des ventes de produits complémentaires

Mise en action

Formation ou s'entremêlent présentation, échanges et une suite d'exemples cocasses permettant d'imager l'impact de nos actions en lien avec les attentes du client

1 jour	✓	0,5 jour	✓	Conférence	✓
--------	---	----------	---	------------	---

Clientèle cible

Gestionnaires, dirigeants et toutes personnes qui désirent fidéliser leur clientèle par l'expérience client