

PROGRAMME DE FORMATION

Enchanter l'expérience client grâce aux personae et parcours client

Objectifs de la formation

- Analyser le rôle et les enjeux du persona
- Définir les étapes clés d'un parcours client
- Construire un persona et le projeter dans un parcours client
- Identifier les points d'enchantement et les points de stress pour améliorer l'expérience client

Programme

Le secteur du tourisme est fortement secoué ces dernières années. Entre la technologie qui envahit les offres, les enjeux environnementaux qui redessinent le paysage, les crises qui font hésiter les touristes, les nouveaux acteurs qui bouleversent le marché, il n'est pas toujours facile de séduire ses clients, les enthousiasmer, les fidéliser. Pourtant ils sont au cœur de toute réflexion. Comprendre leurs comportements, leurs envies et leurs peurs est la clé d'une création d'offre réussie.

Pour cela, il est indispensable d'observer son public, d'entrer en empathie avec son client, d'arriver à se mettre à sa place pour éviter toute projection personnelle pourtant si naturelle. Lorsque nous avons un portrait fidèle de notre segment de clientèle cible, nous pouvons alors imaginer le parcours qu'il va vivre, identifier les points d'enchantement et les points de stress, détecter les opportunités d'amélioration derrière chaque irritant, les possibilités d'innovation à la place de chaque insatisfaction. Persona et parcours client sont des outils puissants pour essayer de viser juste et d'amener de nouvelles offres qui rencontrent vraiment leur cible.

Module 1 : De l'importance de la connaissance client

- Rappel du contexte et de l'évolution du marketing
- Le monde VUCA : introduction de la notion d'incertitude et de complexité et impact sur la façon d'appréhender le marché
- L'évolution du marketing : constats et chiffres parlants, passage des 4 P aux 4 C, introduction de la pyramide de l'expérience client, mise en évidence de l'importance de la connaissance fine de ses clients

Module 2 : Du client au persona et inversement

- La segmentation client : identifier les différentes informations clients qualitatives et quantitatives remontées par les diverses études de marché et comprendre les modes de segmentation et le ciblage client
- Introduction de la notion de persona : l'incarnation d'une cible de clients, définition, enjeux, usages, rôle...

Module 3 : Initiation à la narration créative

- Les personae dans tous leurs états : découverte de personae utilisés dans divers secteurs d'activité dont des acteurs du voyage, analyse de leurs similitudes et différences, focus sur l'exploitation des données derrière le mode narratif

Module 4 : Construction d'un persona

- La construction du persona : présentation d'une fiche persona et des éléments à rassembler pour la remplir
- Entrer en empathie avec son client : introduction et de la carte d'empathie

Module 5 : Faire connaissance avec un persona

- Introduction des personae de la séquence : présentation de personae réalistes en lien avec le secteur tourisme, choix d'un persona par sous-groupe de travail
- Faire connaissance avec son persona : introduction de la journée type pour commencer à se mettre à la place du persona



Module 6 : Découverte du parcours client

- Définition du parcours client : découvrir la notion de parcours client, définition, principes, exemples, usages....
- Le parcours client simplifié : explication du principe, des différentes étapes, des questions à se poser

Module 7 : Construction du parcours client

- Le parcours client complet : explication du principe, identification des différentes étapes, choix des items à caractériser, moments de vérité, principe d'itération, processus d'amélioration, lien avec l'expérience client, moment wow, fidélisation, lien avec l'équipe interne

Module 8 : Le parcours client au service de l'expérience client

- La problématisation : exploiter le parcours client pour remonter les besoins non ou mal satisfaits, apprendre à les formuler pour challenger les solutions en place ou celles à imaginer, introduction du design de service
- L'amélioration de l'expérience client : générer de nouvelles idées de solutions à partir du défi à relever avec la méthode ACDC

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Ateliers pratiques, jeux et études de cas
- Possibilité de télécharger les outils en amont de chaque séquence de formation
- Support et/ou ressources pédagogiques disponibles sur l'espace apprenant durant 20 jours après la formation
- Les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel, pour cette formation, elle est séquencée en 4 demi-journées (réparties sur 4 jours différents)

Public

Directeur.rice, responsable marketing, chef.fe de produits, porteur de projet, responsable des publics, médiateur.rice...

Prérequis

Pas de pré-requis

Matériel nécessaire :

Formation à distance, une assistance technique est prévue pour pallier aux problèmes de connexion. En fonction de l'outil de classe virtuelle (zoom, google meet, teams, ...) et selon le paramétrage de votre ordinateur, il est possible de devoir installer le widget associé à cet outil avant la 1ere connexion à la classe virtuelle pour pouvoir y participer. Il est donc conseiller de vous connecter 15 mn avant l'heure de début de formation.

De plus, pour garantir une session à distance de qualité, il est également indispensable de vous connecter à la formation depuis un **ordinateur disposant d'une bonne connexion Internet et équipé d'une Webcam et d'un micro et de vous isoler dans un bureau (le casque ou les écouteurs permettent un confort d'écoute optimum).**

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Valérie CAILLIEZ, formatrice et consultante spécialisée en marketing de l'innovation

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme_Trajectoires Tourisme : 11 B, Quai Perrache , 69002, LYON
/ Tél. : 04 81 13 28 32 / contact@trajectoires-tourisme.com
Siret n° 824 433 866 000 46 - Code NAF 94.99Z – Activité enregistrée sous le n° 84 691 487
469 auprès du préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas
agrément de l'Etat

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : cas pratiques à l'issue de chaque grande partie
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

4,00 jour(s)

14:00 heures