

Fiche Technique:Formation parcours client à Abidjan

Livrables clés: journey maps, canevas d'indicateurs CX, scripts d'écoute client, grilles d'audit terrain.

Objectifs de la formation

- Cartographier les parcours clés et leurs moments de vérité.
- Mesurer l'expérience via NPS, CSAT, CES et KPI opérationnels.
- Prioriser les irritants selon l'impact business et l'effort requis.
- Structurer un plan d'actions court/moyen terme et des quick wins.
- Orchestrer une expérience omnicanale cohérente et fluide.
- Aligner les équipes autour d'un rituel d'amélioration continue.

Population cible

Contexte multi-secteurs (BTP, industrie, énergie, logistique/transport, agro-industrie, services, secteur public) et environnements exigeants à Abidjan.

- Dirigeants et responsables BU cherchant croissance et fidélisation.
- Directeurs marketing/commerciaux (alignement CRM, contenus, ventes).
- Managers opérationnels: logistique, maintenance, SAV.
- Responsables qualité, CX/UX et data (voix du client, indicateurs).
- Équipes du secteur public et services à forte volumétrie d'interactions.

Durée de la formation

Formats modulables: présentiel Abidjan, classe virtuelle, ou intra-entreprise sur site.

Format	Durée	Rythme	Lieu	Idéal pour
Intensif	2 jours (14 h)	Journées complètes	Présentiel Abidjan	Décideurs: diagnostic + plan d'actions rapide
Étendu	4 à 6 semaines	2 × 3 h / semaine	Distanciel (classe virtuelle)	Équipes multipôles à coordonner
Intra sur site	Sur-mesure	Adapté au cycle opérationnel	Vos locaux	Enjeux spécifiques (SLA, conformité, multi-sites)

Programme de la formation

Méthodes, ateliers de cartographie et mises en situation appliquées au contexte d'Abidjan.

Module 1 — Comprendre les attentes et la voix du client

- Structurer l'écoute: NPS/CSAT, interviews, verbatims SAV, données CRM.
- Transformer les signaux en enseignements actionnables priorités.

Module 2 — Cartographier les parcours et moments de vérité

- Produire des journey maps lisibles, reliées aux KPI, rôles et procédures.
- Déboucher sur des plans d'actions concrets par cas d'usage.

Module 3 — Orchestration omnicanale et outils

- Clarifier canaux, priorités, messages et qualité de la donnée.
- Définir règles de bascule/escalade (call center, force terrain, portail client).

Module 4 — Mesure, pilotage et amélioration continue

- Construire un tableau de bord, fixer des cibles et animer les revues.
- Relier chaque initiative à des résultats chiffrés durables.

Cas d'usage traités: BTP, énergie/industrie, logistique-transport, agro-industrie, services et secteur public.