

Fiche Technique:Formation parcours client à Tanger

Objectifs de la formation

Transformer les interactions clés en performance mesurable, du diagnostic aux plans d'action outillés.

- Cartographier les parcours B2B/B2C et prioriser les irritants.
- Concevoir des expériences phygitales adaptées aux réalités locales.
- Déployer processus et scripts pour réduire délais, coûts et erreurs.
- Relier KPI opérationnels et financiers (NPS, CES, taux de transfo, coût/contact, churn).
- Ancrer l'amélioration continue (boucles rapides, rituels mensuels).
- Outiller les équipes (CRM, workflows, tableaux de bord) pour fiabiliser l'exécution.

Orientation ROI: chaque action est reliée à des indicateurs concrets et à une feuille de route exécutable.

Population cible

- Dirigeants et directeurs généraux (pilotage d'une stratégie client différenciante).
- Responsables marketing, vente, expérience client (parcours omnicanaux).
- Chefs de projets digitaux et data (CRM, analytics, KPI opérationnels).
- Managers d'exploitation: industrie, logistique, maintenance, BTP.
- Équipes service client et front-office en relation quotidienne avec usagers/partenaires.
- Chargés qualité, amélioration continue et conformité; organisations multi-sites et sous-traitants des secteurs industrie, logistique, BTP, transport, agro-industrie, énergie, services, public.

Durée de la formation

Formats intensifs, modulaires et intra-entreprise, en présentiel et/ou distanciel selon besoins.

Modalité	Durée	Format
Essentiels du parcours client	2 jours	Présentiel (Tanger, intra/inter)
Parcours client avancé et data	3 jours	Présentiel ou distanciel
Déploiement par vagues	6 à 8 semaines	Coaching + ateliers (multi-sites)
Intra sur-mesure	Au choix	Mixte, vos locaux à Tanger

Livrables inclus: cartographies, backlog priorisé, scripts, tableaux de bord, feuille de route 90 jours + suivi 30/60/90. Sessions distancielles avec outils collaboratifs.

Programme de la formation

Approche pragmatique: apports courts, cas concrets tangérois, exercices outillés sur vos parcours réels.

Cartographier et prioriser vos parcours

- Personas, canaux, points de contact, moments de vérité.
- Matrice d'impact client/business; quick wins et chantiers structurels.

Concevoir des expériences omnicanales robustes

- Orchestration physique + digital; standards d'accueil, réponse, suivi.
- Scripts types et matrices d'escalade pour sécuriser la qualité.

Activer la data pour piloter l'expérience

- Connexion CRM/ERP/ticketing à des tableaux de bord clairs.
- Objectifs par étape, seuils d'alerte, plan de collecte/qualité des données.

Mobiliser les équipes et industrialiser les rituels

- Stand-ups, revues mensuelles d'indicateurs, retours clients.
- Rôles, circuits d'escalade; mises en situation et jeux de rôle.

Mesurer le ROI et déployer par vagues

- Business cases, hypothèses de gains (temps, coût, qualité).
- Jalons de validation et déploiements par vagues pour limiter les risques.

Niveaux disponibles: Fondations & cartographie • Orchestration omnicanale & data • Déploiement par vagues & pilotage de la valeur.