

Fiche Technique:Formation parcours client au Sénégal

Objectifs de la formation

Focus sur la performance mesurable, l'alignement des équipes et la fluidité omnicanale.

- Cartographier et prioriser les parcours clés, identifier les moments de vérité.
- Concevoir des expériences omnicanales cohérentes et mesurables.
- Relier CRM, marketing automation et canaux physiques pour fiabiliser l'exécution.
- Déployer des KPI actionnables (NPS, CSAT, FCR, délais) et une gouvernance claire.
- Industrialiser la résolution des irritants via sprints d'amélioration continue.
- Adapter les parcours aux spécificités sénégalaises (BTP, industrie, énergie, transport, services, secteur public).

Livrables: canevas de cartographie, check-lists de gouvernance, KPI recommandés et plan d'action 90 jours.
Évaluation sur cas réels.

Population cible

- Directions générales et directions de la transformation.
- Directions marketing, commerciales et service client.
- Responsables opérations, qualité, maintenance et logistique.
- Chefs de projet CRM, data analysts, UX/CX designers.
- Responsables d'agences, d'unités industrielles et de plateformes.
- Acteurs du secteur public engagés dans la modernisation du service aux usagers.

Durée de la formation

Format	Durée	Public	Modalités
Essentiel	2 jours	Managers opérationnels, chefs d'équipe	Présentiel à Dakar ou distanciel
Avancé	3 jours	Marketing, vente, service client, qualité	Mix présentiel/distanciel + ateliers
Expert	4 jours	Directions, PMO, responsables CX/CRM	Études de cas sectorielles + coaching
Intra sur mesure	Selon besoin	Équipe projet pluridisciplinaire	Diagnostic + sprints d'amélioration

Programme de la formation

Module 1 — Diagnostic express et ambition client partagée

- État des lieux: maturité des parcours, canaux, données, irritants majeurs.
- Clarifier promesse, segments et objectifs à 12 mois; alignement des directions.

Module 2 — Cartographie détaillée et moments de vérité

- Décrire chaque étape (découverte → réachat), attentes/émotions/frictions.
- Identifier interactions critiques et boucles de récupération.

Module 3 — Orchestration omnicanale et CRM

- Cohérence entre marketing, ventes, réseau d'agences et SAV.
- Intégration CRM, automatisations utiles et check-lists inter-canaux.

Module 4 — Mesure, pilotage et boucles d'amélioration

- Déployer KPI: NPS, CSAT, CES, délais, taux de transformation, CAC, CLV.
- Routines de management: revues, rituels, escalades, arbitrages data-driven.

Module 5 — B2B industriel, projets complexes et logistique

- Spécificités: appels d'offres, chantiers multi-acteurs, flux logistiques, sécurité.
- Gabarits pour jalons critiques, communications et satisfaction donneurs d'ordre.

Module 6 — Gouvernance CX et montée en compétences

- Rôles clairs, gouvernance transverse et capacitation des équipes.
- Coaching managérial et benchmarks francophones pour une transformation durable.