Fiche Technique:Atelier parcours client à Casablanca

> Atelier pragmatique pour cartographier et optimiser le parcours client. Formats présentiel ou distanciel. Livrables prêts à l'emploi (cartes, priorisation, plan d'action, KPI).

Objectifs de la formation

- Cartographier le parcours actuel et cible; révéler frictions et moments de vérité.
- Mesurer l'impact des points de contact (NPS, CSAT, CES, conversion, délais, réclamations) et le relier au ROI.
- Prioriser les actions via la matrice Impact/Faisabilité; sécuriser quick wins et chantiers structurants.
- Aligner ventes, marketing, opérations, logistique, maintenance et support autour d'objectifs communs.
- Produire une feuille de route opérationnelle 30/60/90 jours et des gabarits prêts à l'emploi.

Population cible

- CODIR, directions commerciales et marketing, DSI.
- Directions service client; responsables exploitation/qualité; responsables CRM.
- Chefs de projet digitaux; responsables d'agences et d'entrepôts.
- Entreprises BTP, industrie, énergie, logistique, transport, agro-industrie, services.
- Organisations publiques et parapubliques à Casablanca.
- PME/ETI cherchant des quick wins et un cadre de pilotage.

Durée de la formation

Formats modulables selon contraintes opérationnelles; livrables finalisés à l'issue de chaque format.

Format	Durée	Idéal pour	Livrables
Présentiel à Casablanca	1 jour ou 2 jours	CODIR, managers, équipes mixtes	Cartes parcours, matrice Impact/Faisabilité, plan 90 jours
Distanciel synchrone	3 × 3 h	Équipes multisites	Backlogs d'actions, gabarits prêts à l'emploi
Intra sur-mesure	Adaptée	Secteurs spécifiques (BTP, énergie, logistique, public)	Roadmap sectorielle, KPI et routines de pilotage

> Groupe recommandé: 6–12 participants. Langue: français (animation bilingue possible).

Programme de la formation

Programme ancré dans vos cas d’usage; chaque module produit des décisions utiles et des artefacts réutilisables.

Module 1 — Cadrage stratégique et attentes clients

- Objectifs business, personas, parcours cibles.
- Attentes clients (exprimées/latentes) et alignement interne.

Module 2 — Cartographie des parcours actuels

- Du déclencheur à la fidélisation; efforts et moments de vérité.
- Silos, doublons, ruptures et retards à corriger.

Module 3 — Mesures et indicateurs opérationnels

- NPS, CSAT, CES, conversion, délais, réclamations, coûts.
- Tableau de bord décisionnel et règles de suivi.

Module 4 — Priorisation par impact et faisabilité

- Matrice Impact/Faisabilité; quick wins et chantiers structurants.
- Affectation des rôles pour un passage à l’échelle maîtrisé.

Module 5 — Conception d’expériences et scripts omnicanaux

- Prototypage: scripts, e-mails, WhatsApp, pages web, agence.
- Optimisation par canal selon usages locaux et contraintes.

Module 6 — Roadmap et gouvernance

- Feuille de route, livrables par sprint, points de contrôle.
- Dispositif de gouvernance et plan de déploiement.