

New



Le Management de l'Expérience Client

ou Esprit de service passer du marketing au management de l'expérience client*

Le clin d'œil de l'agitateur...

Les consommateurs ont changé les règles et bouleversé les fondamentaux du marché.

Pour y répondre, les entreprises ont compris qu'elles devaient mettre en place des stratégies plaçant le client au cœur de leurs activités.

Faire de l'expérience client un avantage concurrentiel permettra de creuser le fossé entre les entreprises obsédées par le client et les autres.

Le public concerné

Les managers déjà en poste souhaitant se perfectionner et acquérir d'autres méthodes

Les prérequis

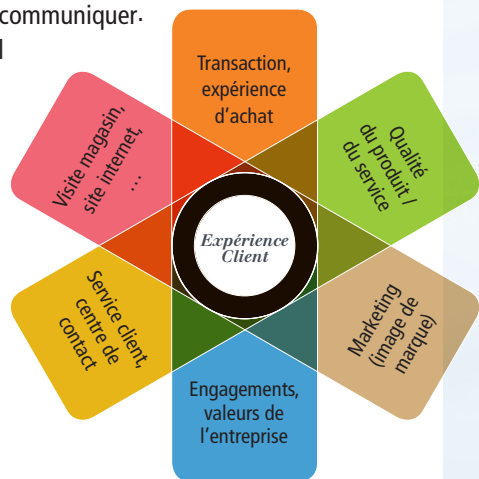
Forte volonté de s'impliquer et de progresser

La durée

3 jours soit 21 heures de formation

Objectifs pédagogiques

- Découvrir et utiliser de nouvelles clefs d'une communication efficace qui fonctionne avec les clients.
- Mieux se connaître pour mieux communiquer.
- Etre capable d'identifier le profil de ses interlocuteurs pour être plus efficient.
- Apprendre à travailler ses points forts et faire progresser ses vulnérabilités.
- Mieux communiquer avec ses clients .
- Comprendre les enjeux de la qualité perçue.



*D'après Xavier QUERAT-HEMENT