Marketing digital et opérationnel

Optimiser l'expérience client digital - Niveau expertise

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19EXPECLI3 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 610 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- S'approprier le concept et les enjeux du digital pour l'expérience client.
- Optimiser son expérience client omnicanale.
- Sélectionner les outils digitaux au service de son expérience client.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Être déjà familiarisé avec les concepts clés de l'expérience client ou avoir suivi cette formation : Perfectionner sa stratégie d'expérience client

Public concerné

Responsables ou directeurs marketing, responsables expérience client.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- 5 conseils pour améliorer votre expérience client.
- Comment la data améliore le parcours client ?

Mettre en place les fondamentaux d'une expérience client digital fluide

- Décrypter les enjeux de la digitalisation dans l'expérience client : consommateur hyperconnecté, diversification des canaux et complexification du parcours client.
- Maîtriser les obligations légales et réglementaires liées à la dématérialisation : RGPD, Opt-in, Cnil...
- Établir la cartographie ou le mapping de son parcours client pour identifier les problèmes à résoudre et points de contact à optimiser.
- Appréhender la notion de customer centric : passage d'une démarche product centric VS customer centric.
- Développer une expérience client personnalisée : une démarche one-to-one à partir de l'identification du client à sa connaissance, son accompagnement jusqu'à son inspiration.
- **Atelier pratique** : Créer une empathy map

Améliorer son expérience client digitale avec une relation client adaptée

- Phase de découverte, de considération et prise de décision : faire progresser le client dans son parcours et répondre à ses besoins par son contenu.
- Profilage des internautes, scoring des visiteurs et des contenus, matching en temps réel : optimiser ses contacts client pour renforcer sa relation client.
- Concevoir des workflow adaptés aux parcours de clients types pour gagner en réactivité et en qualité dans sa relation client.
- Enrichir et fluidifier l'expérience client digitale grâce à l'Intelligence Artificielle.
- Dépasser les attentes de ses clients grâce au marketing prédictif et machine learning : définir des scénarios CRM, des campagnes trigger avec une démarche data-driven.
- Adopter un plan de gestion globale de l'expérience client pour un parcours sans couture.
- **Atelier pratique** : Réaliser une customer journey map.

Enrichir son expérience client avec les leviers digitaux

- Analytics : récolter et analyser des données pour comprendre les besoins client à chaque étape du parcours d'achat.
- Recherche à la marque ou au produit, publicité ciblée, social proof, géofencing, jeu concours, inbound marketing, automation marketing, formulaire d'inscription... : mettre les pratiques marketing digitales au service de l'avant-vente.

- Croiser les pratiques digitales et traditionnelles pour augmenter ses ventes : chat, agent conversationnel, objets connectés, cross selling, paiement et encaissement simplifiés, conseils et recommandations...
- Prolonger l'expérience client et le lien avec ses clients après la vente : e-mailing, sms, suivi de livraison, facturation, formulaire de satisfaction, avis client, SAV.
- Intégrer l'IA au sein des agents conversationnels (évolution des callbots et chatbots vers le voicebot).
- **Atelier pratique** : Analyser un parcours client omnicanal seamless.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.