FORMATION
LE PARCOURS CLIENT
COMPRENDRE LE PARCOURS CLIENT POUR L'APPLIQUER A SON ACTIVITE

Com'Hérence – Marie Eber
marie@comherence.fr - 06 43 00 83 03

DUREE : 1 JOUR

TARIF : 250 € TTC

Taux de satisfaction janvier 2025 :
100 %



DESCRIPTION DE LA FORMATION

Se lancer dans l'entrepreneuriat est un défi de taille qui ne s'arrête pas à la création d'un produit ou d'un service. Pour transformer une idée en une activité pérenne, il est impératif de comprendre la psychologie et le cheminement de ses prospects : c'est ce qu'on appelle le parcours client. Comprendre ses leviers d'actions, c'est s'assurer que chaque effort commercial porte ses fruits.

Cependant, à l'ère du numérique, une question stratégique se pose : quelle place accorder au digital ou à la communication « traditionnelle » dans mon parcours client ?

Cette interrogation est d'autant plus cruciale lorsqu'on se confronte à la réalité des chiffres : 50 % des sites web locaux génèrent moins de 500 visites par mois. Ce constat brise le mythe selon lequel « il suffit d'être en ligne pour être vu ».

PUBLIC VISÉ

Entrepreneurs, porteurs de projet, indépendants ou toute personne souhaitant clarifier son offre et optimiser son expérience pour fidéliser sa clientèle



OBJECTIFS

- Maîtriser la mécanique du parcours client
- Adapter son message pour engager sa cible
- Cartographier les étapes et points de contact

PREREQUIS

Avoir démarré une activité entrepreneuriale et proposer une offre en bien ou services

LIVRABLES

Support et exercices de formation

*Tarification par participant hors financement

PROGRAMME

Session – Partie 1 : Les fondamentaux du parcours client et la communication

- La découverte de la notion de parcours client et ses enjeux
- La différence entre le tunnel de vente (vision entreprise) et le parcours client (vision utilisateur)
- Le schéma de la communication : Émetteur, Récepteur, Message, Canal et Bruits
- Attention à la perception : comprendre le décalage entre l'émission et la réception
- Les interactions et points de contact digitaux et physiques sur le parcours
- L'intégration des différents canaux de communication (Site web, Réseaux sociaux, etc.) dans une vision globale

Session – Partie 2 : Méthodologie et Construction du parcours

- La place de la cible dans le parcours : notions de « persona » et compréhension des besoins
- Les 4I : Intéresser, Informer, Interagir, Impliquer
- Quelques bonnes pratiques : définir sa cible, gérer le temps (court/moyen terme), varier les axes et rendre le parcours évolutif
- Construire son parcours client : cartographie et visualisation (Customer Journey Map)
- L'adaptation des messages et des supports selon l'étape du parcours (Informer, Rassurer, Convaincre)
- Atelier pratique : Choisir 1 cible, Utiliser ses 4I, Dessiner son parcours client

ACCESSIBILITÉ

Lieu accessible aux personnes à mobilité réduite.
Des aménagements peuvent être proposés sur demande

Contact référent handicap :
marie@comherence.fr
06.43.00.83.03

MODALITES

Utilisation de la Ludopédagogie et d'un travail de mise en pratique avec une situation réelle tout au long de la formation

INSCRIPTIONS

Inscription possible jusqu'à 48h avant le début de la formation dans la limite des places disponibles

ÉVALUATION

Auto-positionnement, exercices pratiques