

## Ressource R5.MMPV.11 : Parcours expérience client

**Parcours :** MMPV    **Heures :** 26 heures dont 10 heures de TP

### Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Elaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel
- Analyser et optimiser le parcours client dans une perspective omnicanal par l'intégration des différents points de contact :

phygitalisation du point de vente

- Construire une expérience client
- Développer un portefeuille de clients/prospects et effectuer le suivi de la clientèle (opérations de fidélisation, enquêtes

de satisfaction, relances ...)

Mots clés : GRC – expérience client – omnicanal – portefeuille client

### Contenu Pédagogique

- Mise en place d'une expérience d'achat globale et transparente pour créer une relation durable avec les clients
- Analyse des besoins du client omni-consommateur pour uniformiser l'ensemble des points de contact, fluidifier le par-

cours client, améliorer l'expérience client et générer plus de trafic

- Anticipation des nouvelles tendances de consommation et des nouvelles technologies afin d'adapter le point de vente

ou le rayon

### Compétences Ciblées

Piloter un espace de vente

### Apprentissages Critiques Liés

- AC35.01MMPV
- AC35.06MMPV
- AC35.05MMPV
- AC35.04MMPV
- AC35.02MMPV

---

#### CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET  
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER  
Vianney M'BOUMBA

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr  
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr  
Directeur des études BUT 3 – riva-vianney.m-boumba@univ-lehavre.fr