

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