







Optimiser le parcours client

A l'heure du digital, les clients n'hésitent plus à passer d'un canal à un autre au cours de leur parcours d'achats. A l'aide de crayons de couleur, retracez les parcours clients les plus courants puis identifiez les passerelles que vous auriez intérêt à ouvrir entre les différents canaux.

	Premier contact	Recherche d'informations	Transaction	Livraison	SAV	Fidélisation
						
Magasin en propre						
Magasin d'un revendeur						
Showroom						
Centre d'appels						
Vente par correspondance						
Site Web de la marque						
Site internet affilié						
Médias traditionnels						
Réseaux sociaux						



Instructions

- Rajoutez les canaux que vous utilisez et qui ne figurent pas dans ce tableau puis, à l'aide de crayons de couleurs différentes, tracez les 2 ou 3 parcours les plus couramment utilisés.
- Quelles passerelles auriez-vous intérêt à ouvrir ?
- Existe-t-il des obstacles à franchir pour ouvrir ces passerelles ? Comment pouvez-vous les surmonter ?