

Modéliser et améliorer son parcours client à l'aide de l'Intelligence Artificielle

PROMEO

Marketing - Communication

22/09/2026

Public et prérequis

Responsables marketing et communication
Responsables expériences client (CX)
Responsables relation client ou CRM
Chefs de projet
Managers souhaitant améliorer l'expérience proposée à leurs clients
Toute personne impliquée dans la conception ou l'amélioration des parcours client

Une connaissance générale de l'environnement marketing ou de la relation client constitue un plus

Les objectifs

Comprendre les enjeux de l'expérience utilisateur et de l'expérience client
Identifier les attentes des utilisateurs
Cartographier le parcours client

Concevoir une expérience centrée utilisateur
Mesurer et piloter l'expérience client

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE DU PARCOURS :
Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et de mises en situation et jeux de rôles
Études de cas, exercices sur les personas et le parcours client

Exercices d'application.
Échanges d'expériences et bonnes pratiques.
Mise à disposition d'outils et documents types

Une période en entreprise permettra d'avoir l'avis de l'entreprise (tuteur, responsable hiérarchique ou fonctionnel...) en regard des compétences professionnelles du référentiel de certification sur les éléments mis en œuvre par le candidat lors de la réalisation de projets ou activités professionnels.

Ce parcours s'étale sur 9 mois, permettant d'appliquer sur le terrain les connaissances acquises et de mettre en œuvre les méthodes et outils.

ENCADREMENT PÉDAGOGIQUE :
Il est assuré par un formateur référent.
La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

RÉFÉRENCE
COMM0011

DURÉE DE LA FORMATION
2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

- 60 ans d'existence
- Une communauté de 3 100 alternantes
- 24 000 stagiaires formés par an
- 3 500 entreprises qui nous font confiance
- Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
- L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
- La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
- Une pédagogie active
- Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Outils pédagogiques

Supports théoriques et réglementaires
Multiples cas pratiques, mises en situations et jeux de rôles à partir d'exercices concrets
Outils et documents types

Contenu de la formation

Comprendre les enjeux de l'expérience utilisateur et de l'expérience client

Différencier UX (User Experience) et CX (Customer Experience)
Comprendre l'évolution des attentes clients à l'ère du digital
Identifier les impacts de l'expérience client sur la satisfaction, la fidélisation et la performance
Découvrir les nouvelles tendances : personnalisation, omnicanalité, intelligence artificielle et marketing émotionnel

Identifier les attentes des utilisateurs

Receueillir la voix du client
Identifier les besoins, attentes et émotions des utilisateurs
Construire les personas
Utiliser la carte empathie pour mieux comprendre les comportements
Identifier les moments de vérité dans la relation client

Cas pratique : Création de personas et d'une carte d'empathie

Cartographier le parcours client

Comprendre les différentes étapes du parcours client
Identifier les points de contact physique et digitaux
Détecter les irritants et les opportunités d'amélioration
Découvrir les principaux outils de cartographie (Customer Journey Map, Experience Map, Service Blueprint)

Atelier collaboratif : Construction d'une cartographie de parcours client

Concevoir une expérience centrée utilisateur

Découvrir les principes du Design Thinking
Générer des idées innovantes pour améliorer l'expérience client
Prioriser les actions pour le client et leur faisabilité
Construire une proposition de valeur différenciante
Intégrer l'intelligence artificielle dans la personnalisation des parcours

Atelier : Co-construction d'un parcours client cible

Mesurer et piloter l'expérience client

Définir les indicateurs clés de performance (KPI)
Mesurer la satisfaction client (NPS, CSAT, CES)
Exploiter les retours clients pour améliorer le parcours
Construire une feuille de route d'amélioration continue
Mobiliser les équipes autour d'une culture centrée client

Etudes de cas : Analyse d'un tableau de bord expérience client

Modalité d'évaluation

Questionnaire de positionnement en début de formation
Exercices pratiques et études de cas tout au long de la formation

Ateliers collaboratifs
Quizz interactifs
Exercices de segmentation et de positionnement
Exemple de tableau de bord CX