Pro.pulse
Pilotez votre performance.

PROGRAMME DE FORMATION

En partenariat avec

ATOME FORMATIONS

PARCOURS CLIENT · FORMATION SUR MESURE

Optimiser son parcours client et piloter sa performance marketing

DURÉE	TARIF	FORMAT	RYTHME
Individualisée	**Sur devis personnalisé**	**Individuel, en présentiel**	**Séances de 4 à 8 h**

Votre parcours de formation sur mesure

Chaque formation débute par un entretien de positionnement permettant d'identifier vos compétences actuelles, vos objectifs et les besoins de votre activité.

À partir de cet échange, un programme individualisé est établi, précisant les objectifs pédagogiques, les modules retenus, la durée, les modalités d'évaluation et le tarif.

Une proposition détaillée vous est communiquée avant tout engagement.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant est capable de :

- analyser son activité, ses clients et les étapes de son parcours client ;
- identifier les points de contact, les ruptures et les freins à la conversion ;
- structurer les parcours entre ses canaux, ses offres et ses points de contact ;
- optimiser l'organisation de son site, ses pages stratégiques et son parcours d'achat ou de réservation ;
- prioriser ses actions d'amélioration dans un plan d'action ;

Selon le parcours retenu lors du positionnement, objectifs complémentaires :

- sélectionner les leviers d'acquisition adaptés à ses objectifs ;
- mettre en place des actions de fidélisation, de réachat et de développement de la valeur client ;
- définir les conversions à mesurer et exploiter les données de comportement ;
- construire et exploiter un tableau de bord marketing et commercial ;
- piloter un plan d'action marketing opérationnel dans la durée.

Les objectifs retenus pour chaque participant sont précisés dans son programme individualisé.

Contenu de la formation : programme de référence

Les modules ci-dessous constituent un programme de référence. Ils sont adaptés, approfondis ou réorganisés selon le positionnement initial : seuls les modules retenus figurent dans le programme individualisé remis au participant.

Modules du socle

Analyser son activité, ses clients et son parcours client

Comprendre son environnement, ses clients et cartographier son parcours client.

- Activités, offres et sources de chiffre d'affaires
- Profils clients, besoins, motivations et freins à l'achat
- Comportements avant, pendant et après l'achat
- Étapes du parcours : découverte, considération, conversion, fidélisation
- Points de contact physiques et digitaux, ruptures et points de friction
- Mise en pratique : analyse du parcours client existant et pistes d'amélioration

Structurer les parcours entre les points de contact

Donner un rôle à chaque canal et construire des parcours cohérents.

- Rôle de chaque canal : acquisition, information, conversion, fidélisation
- Interactions entre canaux, doublons et ruptures de parcours
- Passerelles entre présence physique et digitale
- Passage d'une offre ou d'un service à un autre
- Continuité entre achat, prestation, fidélisation et réachat
- Mise en pratique : restructuration des principaux parcours clients

Optimiser son site internet et l'expérience utilisateur

Faire du site un outil au service du parcours client.

- Objectifs du site et intentions des visiteurs
- Organisation, hiérarchie de l'information et proposition de valeur
- Navigation, appels à l'action et éléments de réassurance
- Usages mobiles et enjeux de vitesse
- Hiérarchisation des améliorations techniques et marketing
- Mise en pratique : analyse du site et optimisations prioritaires

Optimiser le parcours d'achat et la conversion

Fluidifier le passage à l'action et développer la valeur de chaque client.

- Pages stratégiques : accueil, pages produits et services
- Bénéfices de l'offre, preuve sociale et appels à l'action
- Freins à la conversion et mécanismes d'abandon
- Simplification du parcours vers l'achat, la réservation ou le contact
- Ventes complémentaires et additionnelles
- Mise en pratique : optimisation des principales étapes de conversion

Prioriser ses actions et construire son plan d'action

Transformer l'analyse en priorités concrètes.

- Synthèse des constats
- Priorisation selon l'impact et les ressources
- Objectifs, actions, calendrier et indicateurs
- Plan d'action d'amélioration du parcours client

Modules d'approfondissement, selon le parcours retenu

Développer et optimiser ses leviers d'acquisition

Identifier les canaux qui contribuent réellement au parcours client.

- Acquisition organique et payante, intentions par source de trafic
- Référencement naturel et local, réseaux sociaux, publicité digitale
- E-mail marketing, partenariats, prescription et bouche-à-oreille
- Trafic qualifié et cohérence publicité, message et page d'arrivée
- Mise en pratique : rôle de chaque canal dans la stratégie d'acquisition

Développer la fidélisation et le réachat

Construire la relation après l'achat et favoriser le retour du client.

- Moments clés de la relation après l'achat
- Réactivation et complémentarités entre les offres
- Actions de fidélisation, e-mail et points de contact existants
- Recommandation et avis clients
- Mise en pratique : actions de fidélisation et de réachat adaptées à l'activité

Mesurer les parcours et analyser les performances

Identifier les données utiles et transformer les chiffres en décisions.

- Visites, utilisateurs, événements, objectifs et conversions
- Tunnel de conversion : entrées, sorties et abandons
- Suivi des paniers, commandes, demandes et réservations
- Comparaison des canaux, pages et parcours les plus performants
- Mise en pratique : conversions à suivre et analyse des données disponibles

Construire et exploiter son tableau de bord

Mettre en place un pilotage simple et régulier.

- Donnée, indicateur et objectif
- KPI d'acquisition, de conversion et de fidélisation, données commerciales
- Organisation par objectif et fréquence de suivi
- Analyse des écarts et lien entre actions et résultats
- Mise en pratique : tableau de bord marketing et commercial de l'activité

Piloter son plan d'action dans la durée

Suivre les résultats et ajuster ses priorités dans une logique d'amélioration continue.

- Objectifs mesurables, ressources, calendrier et indicateurs
- Analyse des résultats et des écarts, ajustement des priorités
- Logique d'amélioration continue
- Mise en pratique : plan d'action marketing à 90 jours et méthode de suivi

Productions réalisées pendant la formation

Selon les modules retenus, le participant réalise notamment :

- Cartographie du parcours client
- Restructuration des principaux parcours entre canaux
- Analyse du site et liste des optimisations prioritaires
- Parcours de conversion optimisé
- Plan d'action d'amélioration du parcours client
- Rôle de chaque canal d'acquisition
- Actions de fidélisation et de réachat
- Plan de mesure : conversions et indicateurs à suivre
- Tableau de bord marketing et commercial
- Plan d'action marketing à 90 jours et méthode de suivi

Toutes les productions sont réalisées par le participant, guidé par la formatrice : aucune prestation n'est réalisée à sa place.

RÉSULTAT VISÉ

Mesurer, optimiser et piloter son parcours client et sa performance marketing en autonomie.

Organisme de formation

Formation dispensée en partenariat avec ATOME FORMATIONS, organisme de formation (430 bis, route de Oeyreluy, 40180 Seyresse · déclaration d'activité nº 75 40 01493 40). Conception et animation : Léa Pailhassard, Pro.pulse.

Public visé

Dirigeants, artisans et indépendants (commerçants, professions libérales…), conjoints collaborateurs ou associés, et salariés en charge de la communication de l'entreprise.

Prérequis

Maîtrise de base de l'outil informatique (navigation internet, smartphone). Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette connectés. Aucune connaissance préalable en marketing ou digital requise.

Durée

Durée individualisée, déterminée après un entretien de positionnement, en fonction des compétences initiales, des objectifs pédagogiques et des besoins du participant.

Tarif

Tarif sur devis personnalisé, établi à l'issue de l'entretien de positionnement et communiqué avant toute inscription. Tarifs nets de taxe : exonération de TVA, art. 261-4-4º-a du CGI.

Modalités pédagogiques

Formation individuelle, 100 % en présentiel, dans l'entreprise du participant, fondée sur :

- Des apports méthodologiques.
- Des exercices pratiques.
- Des mises en application sur l'activité réelle du participant.
- Un accompagnement et des corrections par la formatrice.

Supports remis : support de formation PDF et modèles de travail.

Modalités d'évaluation

- Positionnement initial.
- Évaluations formatives au cours des exercices pratiques.
- Évaluation finale des compétences au regard des objectifs retenus pour le parcours.
- Questionnaire de satisfaction, à chaud puis à froid un mois après la formation.

Feuilles d'émargement à chaque séance. Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis.

Délai d'accès

Démarrage généralement possible sous un mois après le premier rendez-vous, le temps de l'entretien de positionnement, de la rédaction du dossier de formation et du dépôt de la demande de financement. Lorsque la formation est financée, la date de démarrage dépend aussi du délai de réponse du financeur.

Financements

Financement possible selon le statut et l'éligibilité du participant : FAFCEA (artisans), AGEFICE (dirigeants et indépendants du commerce, de l'industrie et des services), FIF-PL (professions libérales) ou OPCO (salariés). La prise en charge dépend de l'accord de l'organisme financeur et de ses plafonds. Autofinancement possible. Montage du dossier de financement inclus.

Accessibilité et contact handicap

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Les modalités (rythme, supports, lieu) sont adaptées après échange avec la référente handicap d'Atome Formations : Sophie Fargues, 06 87 02 27 69, contact@atome-formations.fr.

Prévention

Une procédure de prévention et de traitement des violences sexistes et sexuelles, du harcèlement et des discriminations est appliquée ; elle est présentée dans le livret d'accueil.

Indicateurs de résultats : méthode de calcul

- **Note moyenne de satisfaction (/10)** = moyenne des notes globales (sur 10) des questionnaires à chaud, sur tous les répondants de l'année civile ; nombre de répondants indiqué.
- **Taux de réussite** = stagiaires ayant validé l'évaluation finale ÷ stagiaires ayant terminé la formation.
- **Taux d'abandon** = stagiaires ayant interrompu ÷ stagiaires entrés en formation.