

Customer Performance Indicators

Cartographiez votre Customer Journey, créez votre Dashboard Clients, dirigez vos opérations au moyen « d'Indicateurs de performance clients » utilisables et évoluez ainsi vers la customer excellence.



Sous la direction experte de :

Els Dhaeze
Customer Excellence Consultant
PITOPIA



IFBD
Institute for Business
Development



POURQUOI CE PROGRAMME ?

VOTRE CLIENT A VOS RÊNES EN MAINS

Aujourd'hui, nous vivons à l'ère du client. Ce n'est plus le produit, le service ni même la solution qui occupe une place centrale ... C'est le client qui aura bientôt les rênes en mains et les conservera. Mais ce client est aujourd'hui lui aussi soumis à une pression grandissante - tant sur le plan financier que social - et il est de ce fait devenu extrêmement complexe et exigeant. Il n'est plus seulement en quête d'une solution à son problème, mais veut en outre de l'authenticité, de la création de valeur et de la durabilité. Et pour couronner le tout : il veut reprendre les rênes en mains. Grâce aux nouvelles technologies et aux médias sociaux, vos clients sont nettement mieux informés et en mesure de prendre et de mettre en œuvre des décisions mobiles, ad hoc et mondiales.

VOTRE ARSENAL D'ARMES ET D'ARGUMENTS CLIENTS EST-IL ENCORE SUFFISANT ?

Vous avez donc tout intérêt à suivre en détail vos clients (nouveaux et existants), à comprendre leurs attentes et à entreprendre les actions appropriées pour pouvoir les conserver et les utiliser comme ambassadeurs.

De bonnes campagnes marketing, des tactiques de vente ingénieuses et des account managers bien formés ne suffisent plus depuis longtemps. Le client évalue en effet une entreprise dans son intégralité. Il examine l'ensemble des moments de contact et de communication et attend une attitude cohérente, orientée solution et personnalisée de l'entreprise et de ses collaborateurs. Et durant cette customer journey ou voyage client, de nombreux clients échouent ...

DE BONS CUSTOMER PERFORMANCE INDICATORS (CPI) SONT INDISPENSABLES

De bons CPI (Customer Performance Indicators) sont dès lors cruciaux. Ils vous indiquent où rectifier le tir. Ils servent d'indicateurs pour amener à la réflexion et à l'action chaque collaborateur de l'entreprise, quelque soit son niveau et son département. Résultat ? Une fidélisation de la clientèle et une satisfaction des travailleurs accrues.

RECEVEZ VOTRE ENSEMBLE D'INDICATEURS DE PERFORMANCE CLIENTS (CPI)

Ce workshop vous offre non seulement une vue d'ensemble des CPI critiques pour votre entreprise, mais aussi et surtout sur la manière avec laquelle ces CPI peuvent être utilisés comme instrument de management. Au travers d'exercices concrets et de cas transparents, vous apprendrez à le faire. Vous apprendrez comment contrer la résistance (interne et externe), prendre des décisions sur la base de ces CPI et ainsi évoluer vers le customer delight. Il ne s'agit pas d'une formation sans engagement mais d'un programme dans lequel vous appliquerez directement les enseignements appris, que vous pourrez traduire dans la customer journey que vivent chaque jour vos clients.

LE FORMATEUR



Els Dhaeze a commencé sa carrière chez Procter & Gamble en tant qu'Assistant Brand Manager Pampers (Bruxelles et Rotterdam). Après 2 ans, elle passe chez Reckitt Benckiser pour mettre sur carte différentes marques en qualité de Sr.Product Manager. Elle

fut entre autres responsable de la marque Calgon-Calgonit et a pu rafler le prix de best product launch en 2000. En 2001, elle rejoint le giron d'Yves Rocher et y occupe les fonctions de Directrice Commerciale Benelux pour 5 ans, responsable de 130 magasins et points de vente. En 2006, Els occupe les fonctions de Global Retail Director chez Neuhäus, à ce titre responsable de la stratégie commerciale retail mondiale du groupe.

Elle était également responsable de la stratégie de customer service, pour + de 100 magasins et + de 600 points de vente. Parallèlement à cela, elle était également directrice des formations pour le groupe.

Depuis 2013, Els accompagne des entreprises soucieuses d'évoluer vers customer excellence en collaboration avec l'IFBD et de mettre sur carte à cet effet des Customer Service Indicators. La Customer Centricity occupe dès lors une place centrale dans toutes ses missions.

UN EFFET D'APPRENTISSAGE OPTIMALE

Nous limitons le nombre de participants à ce cours ! Ainsi, vous pouvez profiter de façon optimale des connaissances et de l'expérience du formateur. En outre, vous pouvez confronter de manière interactive votre propre situation pratique à celle de vos collègues. En procédant de la sorte, l'IFBD vous garantit un effet d'apprentissage optimal, basé sur des fondements théoriques et étayé par de multiples exemples pratiques.

TIMING :

- 08.30 Accueil - café.
- 09.00 Début du cours et présentation du formateur.
- 12.30 Déjeuner.
- 17.00 Fin du cours.

Le matin et l'après-midi, une courte pause(-café) est prévue.





BLOC 1 : IMPORTANCE DE L'ORIENTATION CLIENT ET DE LA CONNAISSANCE DU CLIENT COMME FONDEMENT DE TOUTE STRATÉGIE

- ◆ Quand une entreprise est-elle "Customer Excellent" ?
 - ❖ Fondements essentiels.
 - ❖ Comment est-ce possible mais surtout ... comment cela ne se peut-il pas : exemples parlants.
 - ❖ Quelques statistiques drastiques sur l'orientation client.
- ◆ L'importance de l'orientation client dans la réflexion et dans l'action de tous les travailleurs, dans tous les départements et à tous les niveaux :
 - ❖ La customer journey de votre client.
 - ❖ Exemples de mauvaises et de bonnes expériences clients avec des travailleurs non marketing/vente.

BLOC 2 : QUELS SONT LES ÉLÉMENTS CLIENT QUI PEUVENT ÊTRE MESURÉS ?

- ◆ Brainstormez autour de tous les CPI possibles avec pour fondement un voyage client général (customer journey).
- ◆ Quels sont les CPI indispensables pour votre entreprise et quels sont ceux qui ne sont pas pertinents ?
- ◆ Place des CPI dans le dashboard KPI général.

BLOC 3 : ÉLABORATION D'UNE FICHE TECHNIQUE ET DES PRINCIPAUX CPI

- ◆ Comment les mesurer, interpréter, utiliser ?
- ◆ Choix de vos CPI : tri et pertinence :
 - ❖ CPI à court terme vs CPI à long terme.
 - ❖ CPI clients vs CPI finances.
 - ❖ Quel département a une influence sur tel ou tel CPI ?
- ◆ Composition de votre dashboard et mise en forme de vos CPI.

BLOC 4 : ÉTUDES DE CAS : DÉFINISSEZ VOS CPI SUR LA BASE D'UNE CUSTOMER JOURNEY IDENTIFIABLE

La session de l'après-midi sera une session de travail dans laquelle, sur la base d'études de cas concrètes, vous apprendrez à reconnaître les barrières et les résistances que vous rencontrerez lors de la mise en œuvre des CPI. En outre, vous découvrirez et expérimenterez – dans un labo d'exercice sécurisé – l'impact sur les processus existants, les libertés décisionnelles, la collaboration entre départements ...

BLOC 5 : CONCLUSION : VOTRE PLAN D'ACTION PERSONNEL

- ◆ Quels sont les CPI pertinents pour vous ?
- ◆ Comment les traduire pour votre entreprise ?
- ◆ Comment établir votre customer journey ?
- ◆ Comment diriger à partir de vos CPI ?

OBJECTIFS DE CETTE JOURNÉE

- ◆ Vous constaterez que la customer excellence fonctionne uniquement si l'ensemble des travailleurs y participent ;
- ◆ Vous comprendrez ce que sont les CPI et pourquoi ils sont importants parallèlement aux KPI ;
- ◆ Vous bénéficierez d'un aperçu des différents CPI avec leurs avantages et inconvénients ;
- ◆ Vous apprendrez à gérer la résistance et à surmonter les barrières lors de la mise en œuvre des CPI ;
- ◆ Vous bénéficierez d'un aperçu des CPI pertinents avec lesquels vous pourrez diriger votre département, votre organisation ou votre unité.



CUSTOMER PERFORMANCE INDICATORS

INFORMATION D'ENTREPRISE

DATE & LIEU DU COURS :

>>> Veuillez visiter notre site
www.ifbd.be

SOCIÉTÉ :

RUE / N° / BOÎTE :

CP / COMMUNE :

TEL. (central) : / FAX : /

ACTIVITÉ : industrie-production commerce de gros/import commerce de détail horeca
 entrepreneur de construction transport services service public

SECTEUR : TRAVAILLEURS :

DONNÉES DE FACTURATION

Adresse de facturation :

Votre référence :

N° TVA :

PARTICIPANTS

M. / Mme. :

Fonction :

E-mail :

DATE DU COURS:

M. / Mme. :

Fonction :

E-mail :

DATE DU COURS:

INFORMATIONS PRATIQUES

FRAIS DE PARTICIPATION

Les frais de participation à cette journée de cours s'élèvent à **795 € hors 21 % TVA. Par participant supplémentaire, vous bénéficierez de 5% de réduction sur le montant total, avec une réduction maximale de 20% (= 5 participants ou plus)**. Ce montant comprend les boissons chaudes/froides et un lunch copieux. Vous recevrez en outre un précieux dossier documentaire que vous pourrez consulter ultérieurement comme ouvrage de référence.

CONDITIONS D'INSCRIPTION

- ◆ Vous faxez votre formulaire complété à notre numéro de fax **+32 10 69 00 22**.
- ◆ Vous envoyez votre inscription par courrier à l'adresse suivante : **IFBD sa, Collines de Wavre - Avenue Pasteur 6, 1300 Wavre**
- ◆ Vous réservez votre place par le biais de notre adresse e-mail : **info@ifbd.be** ou par notre website **www.ifbd.be**
- ◆ Vous communiquez votre réservation par téléphone au **+32 10 20 89 90**. Une confirmation écrite reste toutefois indispensable.

Après réception de votre inscription, nous vous faisons parvenir une **confirmation d'inscription** ainsi qu'une facture. Deux semaines avant la date du cours, vous recevez une **lettre de rappel**, ainsi qu'un plan descriptif pour vous rendre à l'hôtel.

Annulation.

Nous comprenons parfaitement que d'autres priorités puissent survenir entre le moment de votre inscription et la date du cours. Dès lors, si nous pouvons enregistrer votre annulation écrite **deux semaines avant la date du cours**, seul un montant de 75 euros vous sera porté en compte. **Moins de deux semaines avant le cours**, vous nous serez redevable de l'intégralité de la somme due. Bien entendu, nous serons toujours enchantés d'accueillir l'un de vos collègues à votre place.

MAILING ET ADRESSES

C'est avec plaisir que nous vous tenons au courant des dernières évolutions au sein de votre secteur. C'est la raison pour laquelle nous avons repris votre nom et vos coordonnées dans un fichier d'adresses. Conformément à la loi sur le « traitement des données personnelles » du 8/12/1992, vous jouissez d'un droit de regard et de rectification. En raison de l'usage de multiples fichiers (fournisseur d'adresses externe), il est possible que vous receviez plusieurs dépliants. Pourriez-vous avoir la gentillesse de transmettre ce second exemplaire à l'un de vos collègues ?

Une erreur dans votre adresse ? Nous aimerions dans ce cas recevoir votre adresse correcte et/ou nouvelle à notre service clientèle : tél. + 32 10 20 89 90 ou fax +32 10 69 00 22 ou e-mail info@ifbd.be.