



Points forts : Une formation concrète et directement applicable

Objectifs

- Expliquer les étapes du parcours client digital et son fonctionnement non linéaire.
- Construire un persona à partir de données clients réels.
- Cartographier le parcours client de sa structure : points de contact, attentes, émotions et frictions.
- Diagnostiquer les points de friction à partir de statistiques simples et de retours clients.
- Choisir des indicateurs de suivi adaptés à chaque étape du parcours.
- Elaborer un plan d'action d'optimisation priorisé, en mobilisant des outils accessibles, dont l'IA générative.

Programme

► Journée 1 – Comprendre et cartographier le parcours client (7 h)

- Accueil, recueil des attentes et quiz de positionnement. Du tunnel de vente au parcours client : évolution des usages, recherche en ligne, avis, recherche locale et multiplication des canaux.
- Identifier les étapes du parcours : découverte, considération, décision, expérience, fidélisation et recommandation ; repérer les principaux points de contact et leur prise en charge dans l'organisation.
- Atelier : analyser deux parcours clients issus de structures de tailles différentes afin d'identifier les facteurs qui évoluent selon l'organisation.
- Construire un persona à partir de données clients réels ; démonstration guidée d'un assistant IA pour synthétiser des avis ou verbatims.
- Construire la carte du parcours client : actions, questions, points de contact, émotions, frictions, opportunités et moments de vérité. Atelier d'application sur sa propre structure.

Intersession – Mission en autonomie (environ 2 h, non comptabilisée dans la durée)

Tester son parcours comme un client sur ordinateur et smartphone ; relever quelques statistiques disponibles ; recueillir 3 à 5 retours clients ; compléter sa carte de parcours

► Journée 2 – Optimiser et piloter (7 h)

- Retour d'intersession : partage des constats et enseignements croisés entre participants.
- Lire simplement les statistiques disponibles : Google Business Profile, Meta Business Suite et tableau de bord du site ; sélectionner 5 à 6 indicateurs utiles (visibilité, engagement, contacts, fidélisation, avis, satisfaction).
- Atelier : diagnostiquer les frictions du parcours et les hiérarchiser.
- Identifier les leviers d'optimisation : visibilité locale, preuves sociales, clarté des pages, expérience mobile, formulaires, relances, gestion des avis, fidélisation et coordination entre services.
- Mobiliser l'IA générative pour analyser des avis, reformuler une page ou préparer une relance ; intégrer les limites, la vérification des résultats et les précautions RGPD.
- Construire un plan d'action priorisé avec une matrice impact / effort, des actions à 30 jours et à 3 mois et des indicateurs de suivi. Présentation des plans d'action, quiz final et questionnaire de satisfaction.

Démarche pédagogique

- Apports courts illustrés d'exemples issus d'organisations de tailles et de secteurs variés.
- Ateliers en sous-groupes et mises en commun ; démonstrations pas à pas puis reproduction par les participants.
- Travail sur la situation réelle de chaque participant et, lorsque cela est possible, sur ses propres données et outils.
- Échanges entre pairs et retours d'expérience.
- Supports remis : support de formation, canevas de parcours client et de plan d'action, fiches mémo outils illustrées et bibliothèque de consignes IA.



Contact et Inscription

Laetitia LIENARD 02.35.59.44.13 - laetitia.lienard@ceppic.fr



Toutes nos formations sont réalisables sur mesure en intra-entreprise

CEPPIC 194, rue de la Ronce 76230 ISNEAUVILLE - www.ceppic.fr

Matériel à prévoir : ordinateur portable et smartphone, ainsi que les identifiants des outils utilisés (fiche Google, comptes Facebook/Instagram, administration du site) lorsque le participant y a accès.

Formateur : Formateur en communication digitale et IA appliquée.

Formateur expérimenté, sélectionné par le CEPPIC pour ses compétences techniques et son expérience significative, tant sur le sujet traité qu'en matière de pédagogie.

Public

Professionnels en activité, quelle que soit la taille de leur structure : dirigeants, responsables et salariés en charge de la communication, du marketing ou de la relation client.

Prérequis

Utiliser au moins un canal digital dans son activité (site internet, fiche Google, réseaux sociaux ou emailing). Aucune connaissance des outils d'analyse ou de marketing n'est requise.

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis tout au long de la formation avec des exercices pratiques et des quiz.

Chaque participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Accessibilité de la formation

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite et disposent d'un ascenseur permettant l'accès à l'étage.

Pour toute question relative à l'accessibilité ou à l'aménagement de votre formation, vous pouvez contacter nos référents handicap : referenthandicap@ifa-rouen.fr

Indicateurs clés

442 personnes formées en Informatique, numérique en 2025

90 % Taux de satisfaction à chaud 2025

Dates de session

Mises à jour le **30/09/2026**

Isneauville : A définir après validation du devis



Contact et Inscription

Laetitia LIENARD 02.35.59.44.13 - laetitia.lienard@ceppic.fr



Toutes nos formations sont réalisables sur mesure en intra-entreprise

CEPPIC 194, rue de la Ronce 76230 ISNEAUVILLE - www.ceppic.fr