
SYLLABUS BADGE 2017/18

21 décembre 2017

EXPÉRIENCE CLIENT (1)

hubert kratiroff

Email : hubert@kratiroff.com

LinkedIn : [linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff)

Twitter : [@kratiroff](https://twitter.com/kratiroff)

Programme / Session / Module / Cours

Expérience Client :

Conférence le 16 novembre

Cours pratique le 21 décembre 2017

Suivi de « Management de l'expérience client » en février

Emploi du temps

1 conférence de 2 heures

1 séance de 7 heures divisées en 10 modules

Objectifs

Comprendre les nouvelles attentes des clients (internes et externes) de l'entreprise ;

Imaginer la globalité des parcours clients et la manière de les faciliter ;

Comprendre l'importance d'embrasser l'exhaustivité des points de contact (touchpoint) sur tous les canaux (omnicanal) ;

Intégrer les nouvelles attentes des utilisateurs avec les stratégies InBound / Permission ;

Établir une synthèse des évolutions des clients, utilisateurs, fournisseurs, collaborateurs et comprendre la valeur client à travers son parcours (touchpoints) ;

Connaître la constitution et l'évolution du marketing moderne à travers le MoMaMa ;

Prise de conscience des possibilités d'arrivées de nouveaux acteurs disruptifs dans un monde sans limite ;

Plus généralement : appréhender le rôle de la fonction marketing dans la performance économique des services, des marques et des entreprises.

Plan

Module 1 : étude / recherche sur parcours client

« Expectation economy », « living services » et « liquid expectation »

Persona et UserStory

« Customer empowerment » dans les moyens de paiement

Les outils de mesure de la satisfaction client (MCA)

Module 2 : analyse et écosystème

Acteurs et trade marketing de la finance et de la FinTech

Les fonctions du marketing et du contact client

Digital Marketing vs. Marketing-Mix et Trade-Marketing

Digital Marketing et Communication Marketing Intégrée (CMI ou 360°)

Module 3 : l'UX par l'exemple

L'équation complète de l'UX : UX + CRM = CX = UI IxD SD CEM DT ...

« Living Services » : principalement les « Liquid Expectations »

Baromètre client et calcul de NPS

Les objectifs d'un parcours parfait en bancassurance

Module 4 : parcours client et tunnel de conversion

Constitution du parcours client bancaire par cumul de points de contact et d'expériences UX, CX et TouchPoint

Représentation graphique du parcours (introduction au data storytelling)

Le cycle de vie du client (LTV)

Module 5 : parallèle du client omnicanal et du parcours omnicanal

Mono, multi, cross & Omnicanal dans les services financiers

Omnicanal, ROPO et showrooming

Supprimer ... puis ajouter ...

Module 6 : ZMOT et Micromoments

Invention du MOT puis du ZMOT

Évolution vers les micromoments

Application au parcours client par les exemples tourisme, téléphonie, banque

Module 7 : stratégie inbound

Apparition et mutation des théories inbound

CRM, VRM et ABM dans les services

Les outils du inbound

Module 8 : growth hacking et nudge

Utiliser le parcours clients au service du business développement

Les effets positifs du nudge marketing

Uberisation, nouveaux arrivants et rupture de business model

Module 9 : Conclusion : MoMaMa, la constitution d'un marketing moderne

Les 12 éléments du MoMaMa de e-consultancy

Autres innovations et concepts proposés par Ashley Friedlein

Au-delà du marketing : la CMI (Communication marketing intégrée)

Introduction à la suite avec le Management de l'Expérience Client

Module 10 : Ateliers pour les deux séances

Jeu lexical et de culture digitale

Découverte des « personas » et « user story »

Rédaction de « personas » (clients interne ou externe)

Rédaction de « UserStory »

Comment mieux répondre aux attentes des clients internes et externes

Recherche sur les différentes méthodes de visualisation du parcours client

Visualisation du parcours client dans le tourisme

Imagination d'un parcours touriste parfait et idéal

Trouver des applications de nudge marketing dans vos entreprises

Taxinomie des outils digitaux et démonstrations de quelques outils informatiques (xmind, xCode, Trello, ProjectLibre...)

SYLLABUS BADGE 2017/18
23 février 2018
MANAGEMENT DE L'EXPÉRIENCE CLIENT (2)

hubert kratiroff

Email : hubert@kratiroff.com

LinkedIn : [linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff)

Twitter : [@kratiroff](https://twitter.com/kratiroff)

Programme / Session / Module / Cours

Expérience Client : 23 février 2018

Emploi du temps

1 séance de 7 heures divisées en 10 modules

Objectifs

Satisfaire les nouvelles attentes des clients (internes et externes) de l'entreprise ;

Enchanter la globalité des parcours clients et la manière de les faciliter ;

Comprendre l'importance de qualité de relation sur l'exhaustivité des points de contact (touchpoint) ;

Devancer les nouvelles attentes des utilisateurs avec les stratégies InBound / Permission ;

Plus généralement : appréhender le rôle de la fonction marketing dans la performance économique des services, des marques et des entreprises.

Plan

Module 1 : Gestion du cycle de vie du client

LTV et tunnel de conversion ;

Sale Force Automation, CRM, Marketing automation ;

Engagement et taux de Churn.

Module 2 : Introduction au CRM/VRM/ABM et à la gestion des relations clients.

Définitions du marketing

WTS et O2O

Le pilotage par les indicateurs de performance (KPI).

ROI ou RIP

Tofu et Bofu

ESP

Module 3 : Outils et moyens utilisés en Inbound

QRCode et phygital

ChatBot

Brand content

Native advertising

Module 4 : Référencement naturel

SEO

SERP

Landing page

Outils et démo

Module 5 : Mise en place du parcours idéal

Motivation et incentive des équipes

Formation et learn marketing

Culture d'entreprise moderne

Onboarding

Module 6 : Data-driven management

VUCA

Gartner Magic Quadrant

Module 7 : StoryTelling et vidéo

Les leçons de Snapchat

POEM

Module 8 : Méthode de travail et outils collaboratifs

Gestion de projets agiles

Kanban et design thinking

Product owner & Backlog list

Mode projet (agile, lean, scrum)

Planning, Gestion de projet et délégation (Gantt, outils collaboratifs)

Module 9 : Conclusion

Conclusion générale sur le parcours client et intégration dans les projets professionnels en cours

Module 10 : Ateliers pour les deux séances

Jeu lexical et de culture digitale

Découverte des « personas » et « user story »

Rédaction de « personas » (clients interne ou externe)

Rédaction de « UserStory »

Comment mieux répondre aux attentes des clients internes et externes

Recherche sur les différentes méthodes de visualisation du parcours client

Visualisation du parcours client dans le tourisme

Imagination d'un parcours touriste parfait et idéal

Trouver des applications de nudge marketing dans vos entreprises

Taxinomie des outils digitaux et démonstrations de quelques outils informatiques (xmind, xCode, Trello, ProjectLibre...)

Plus d'informations sur ce cours et autres documents en téléchargement sur internet :

- TSLM (www.toutsurlemarketing.com) ;
- LNM (www.lesnouveauxmarketing.com) ;
- SlideShare (fr.slideshare.net/kratiroff) ;
- YouScribe (www.youscribe.com/kratiroff) ;
- FlipBoard (flipboard.com/@kratiroff) ;
- Scoop.it (www.scoop.it/t/marketing-by-kratiroff) ;
- Les nouveaux métiers du marketing (www.lesmetiersdumarketing.com).

Et pour suivre la mise en ligne des publications :

- Twitter (@kratiroff ou twitter.com/kratiroff) ;
- LinkedIn (fr.linkedin.com/in/kratiroff).

Flashez ce **QRCode** pour retrouver les liens ci-dessus et bien d'autres :



Bibliographie

CLASSIQUE

- Mercator - Théorie et pratique du marketing - Lendrevie Lindon - Dalloz
- Fonction chef de produit marketing - Hubert Kratiroff - Dunod 2014
- 10 cas de stratégie marketing - Hubert Kratiroff - Editions d'Organisation: Paris, 2010
- Le marketing selon Kotler, Ou comment créer, conquérir et dominer un marché - Philip Kotler
- Le publicitor, Publicité, médias - Jacques Lendrevie Bernard Brochand - Dalloz
- Les 22 lois du marketing - Al Ries Jack Trout - Dunod
- Plan marketing - Stratégique opérationnel de crise - N. Van Laethem - Dunod
- Strategor, Politique générale de l'entreprise, stratégie, structure, décision - JP Détrie
- Le marketing - Armand Dayan - Puf Que Sais-Je, numéro 1672

PRECIS

- MBA Marketing, synthèse des meilleurs cours américains - Hiam, Schewe – Maxima
- Marketing- Etudes et stratégies - Yves Chirouze - Ellipses
- Les 20 lois du capital marque - Al Ries - Dunod
- Les marques à l'épreuve de la pratique - Identifier et analyser les dérives et les erreurs couramment observées dans la pratique des marques, pour apprendre d'elles - Jean-Noël Kapferer
- Marketing des produits agro-alimentaires - Enjeux spécifiques - Sirieix - Dunod
- Prévision des Ventes – Bourbonnais Usunier – Economica
- Marketing international - Nathalie Prime Jean-Claude Usunier - Vuibert

Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable - Seth Godin

Internet Marketing – EBG (www.ebg.net/internet-marketing/)

Total relationship management, Big data et Marketing mobile - Jallat, Frédéric; Peelen – Stevens

Référencement web, Olivier Andrieu 2015

Zero to One – Peter Thiel

Enchantment: The Art of Changing Hear - Guy Kawasaki

All Marketers Are Liars: The Power - Seth Godin

Lovemarks - Kevin Roberts

Blue Ocean Strategy - Renée Mauborgne

HUMOUR

Le journal de BJ au bureau - Le management facile - Bertrand Jouvenot - Maxima

Votre marketing est-il nul ? - M. Stevens - Dunod

HISTORIQUE

Les grands auteurs en marketing - Alain Jolibert - Management Et Societe Eds

Le prince - Nicolas de Machiavel - Librio

NoLogo - Naomie Klein – J'ai lu - 2004

David Ogilvy – Confessions - 1963

L'art de la guerre- Les treize articles - Tzu Sun - Mille Et Une Nuits – Libre chargement sur www.artdelaguerre.com

UTILE MAIS BASIQUE

Tableaux de l'économie française - Edition 2016 - INSEE

Lexique du marketing - Les 1200 mots - Nicole Prades - Breal ou
www.toutsurlemarketing.com/acronyme-marketing

Lexicom - Les 3000 mots du marketing, de la communication - Alain Milon Serge-Henri Saint-Michel

Les 100 mots du marketing - Michel Chevalier et Pierre Louis Dubois – Puf Que Sais-Je ? Numéro : 3864

Les 100 mots de l'internet - Xavier Niel et Dominique Roux – Puf Que Sais-Je ?

Le web marketing - Stéphane Bodier – Puf Que Sais-Je ?

Conseils

La plupart de ces ouvrages sont disponibles sous forme d'e-book dont nous vous conseillons l'usage. Certains de ces ouvrages peuvent aussi être lus en lignes avec une méthode de recherche appropriée : saisir « filetype:pdf » dans Google après le titre du livre, ou directement dans GoogleBooks (books.google.com).

Sites internet à consulter régulièrement

www.chefdeproduit.com

www.toutsurlemarketing.com

www.abc-netmarketing.com

www.e-marketing.fr Emarketing Magazine

www.ama.org

www.groupe-strategies.fr

www.journaldunet.com : LeJournalduNet

www.insee.fr

www.adetem.org

www.strategies.fr

www.marketingweek.com

www.designweek.co.uk

www.creativereview.co.uk

www.adweek.com

www.ladn.eu (abonnement à la Newsletter)

www.influencia.net (abonnement à la Newsletter)

www.econsultancy.com (abonnement à la Newsletter)

www.emarketer.com (abonnement à la Newsletter)

www.npr.org : national radio

www.marketplace.org

Magazines, cours, chaines, podcasts à écouter régulièrement

Podcasts :

iTunesU, HBS, LBS, LSE, Soft Power (France Culture par Frederic Martel)

Chaines sur YouTube ou autres :

TED, Ignite, The RSA, Forbes (www.youtube.com/user/forbes)

vimeo.com/socialdataweek : 48 vidéo du plus grand intérêt

Magazine JUMP de eConsultancy :

www.econsultancy.com/fr/reports/jump-magazine - cmr.berkeley.edu

sloanreview.mit.edu

Le marketing digital chinois : soundcloud.com/fredinchina

Réseaux Sociaux :

LinkedIn, Twitter, Google+, Viadeo

- Twitter (@kratiroff ou twitter.com/kratiroff) ;

- LinkedIn (fr.linkedin.com/in/kratiroff).

MOOC :

coursera.org, EDx.org, khanacademy.org , FUN, OpenClassrooms...

MeetUp :

Le Wagon Paris - Coding Station

recode Technology news par conférence : recode.net twitter.com/recode youtube.com/recode



THE VERGE Techno news par articles : theverge.com

Outils numériques

Trello, -Project management & Gantt, Mindmap, AdWords, GoogleDrive

Plus maîtrise de Style de Word, Masque de PowerPoint et TCD d'Excel.

Canva, Unitag.io, GoogleAnalytics & GoogleMyBusiness, Slack, Mention, Hootsuite (ou Buffer)

Plus notions de HTML, CSS et JS avec SublimeText. Plus notions de xCode pour iOS

Instruction sur Unitag.io pour lire (et fabriquer) des QrCodes.

