

Management d'une offre de services et de l'expérience client (BADGE)

RS2356 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	310, 313
Formacode(s)	34076
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT ·
SIRET : 81738914100018

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Secteurs particulièrement visés : les secteurs tertiaires et marchands pour lesquels la qualité de relation et de service au client doit être irréprochable et l'offre de services sans cesse renouvelée (innovation, avantage concurrentiel).

Dans un contexte tendu à la fois sur le plan concurrentiel et sur le plan économique, en raison de la rareté de la demande, les entreprises dont l'offre est orientée « services » sont confrontées au même challenge : concilier efficacité opérationnelle et satisfaction du client.

La clé de ce nouveau paradigme réside dans une meilleure coordination entre la dynamique d'industrialisation des services et le développement d'une culture relationnelle du service. Dans cette optique, cette certification vise à donner aux managers les outils et compétences leur permettant de mettre en place un système de management orienté vers la promotion et le déploiement de l'offre de service au client, en tenant compte des besoins et exigences client en matière de services : les usages, les parcours client, les moments de vérité, les valeurs à promouvoir et à déployer dans la relation et l'expérience client, et leur diffusion à l'ensemble des collaborateurs.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Domaine d'activité A1 : Le développement et la diffusion d'une culture de service au sein de l'entreprise

Compétences associées :

- Elaborer un projet de service, en analysant les méthodes en usage dans son entreprise et en identifiant les axes de progrès et changements de comportement nécessaires, au regard des attentes des clients ;
- Déployer le projet de service au sein de l'entreprise, en veillant à la diffusion et l'adoption par ses collaborateurs d'une culture de service, permettant l'atteinte des objectifs visés ;
- Adapter sa communication à son interlocuteur, afin d'améliorer ses interactions en situation professionnelle ;
- Gérer les situations de crise, en adoptant la posture adéquate au regard de la situation et du profil de ses interlocuteurs, et en proposant une issue préservant les intérêts des différentes parties impliquées.

Domaine d'activité A2 : La définition du cadre stratégique de son offre et des moyens de sa « gouvernance de service »

Compétences associées :

- Mettre en œuvre les outils et méthodes du pilotage stratégique ;
- Identifier les informations pertinentes à transmettre aux équipes pour une bonne appropriation des objectifs stratégiques poursuivis en matière de service et d'expérience client ;
- Décliner ces objectifs stratégiques selon les critères et les environnements spécifiques de chaque activité concernée (entités économiques, départements...) ;
- Traduire les orientations choisies en actions concrètes opérationnelles, avec indicateurs de suivi ;
- Réaliser des modèles économiques de service (business models) orientés client.

Domaine d'activité A3 : L'élaboration de la stratégie marketing de service et de l'expérience client

Compétences associées :

- Identifier les clients cibles, leurs usages et leurs besoins ;
- Analyser les parcours des clients cibles en identifiant la répartition possible d'éléments de service et d'expérience clients ;
- Identifier les éléments clés de satisfaction et d'insatisfaction sur le parcours client ;
- Etablir des référentiels de service (valeurs, missions, rituels) pour ancrer la culture de service dans l'entreprise et renforcer la production d'expériences clients réussies ;
- Renforcer les dynamiques de confiance et de fidélisation client pour le producteur du service ;

Domaine d'activité A4 : Le pilotage du processus de création de l'offre de service, depuis sa conception jusqu'à sa mise en marché

Compétences associées :

- Concevoir une offre de service autour des usages clients, en la déclinant par les moyens et supports appropriés à l'intention des clients cibles ;
- Diriger le développement d'une offre de service, en supervisant et coordonnant l'action des différents protagonistes impliqués dans son industrialisation et sa production ;
- Contrôler la production de l'offre, en vérifiant le respect du niveau de prestation annoncé et l'application des standards de qualité ;
- Optimiser l'offre de service conçue, en évaluant son adéquation avec les attentes des clients et en procédant aux ajustements nécessaires au regard des premières réalisations pour l'amener à maturité.

Domaine d'activité A5 : L'amélioration continue de l'offre de service

Compétences associées :

- Organiser l'analyse et la mesure de l'expérience client, en prenant en compte leurs réactions et suggestions, par la mise en place d'une écoute active ;
- Manager l'expérience client, en mettant en place les outils et mesure permettant d'assurer la constance de l'expérience vécue par le consommateur ;
- Garantir la satisfaction et la fidélisation de ses clients en lien avec le parcours client ;
- Organiser le management de la qualité de service, en mettant en œuvre un plan d'amélioration de la qualité de service.

Domaine d'activité A6 : La digitalisation de l'offre de service

Compétences associées :

- Implémenter les impacts du digital dans sa stratégie d'offre de service et d'expérience client.
- Intégrer les architectures digitales dans le design et la conception de services, en mobilisant les outils du marketing digital et expérientiel.

Domaine d'activité A1 : Le développement et la diffusion d'une culture de service au sein de l'entreprise

- Elaborer un projet de service, en analysant les méthodes en usage dans son entreprise et en identifiant les axes de progrès et changements de comportement nécessaires, au regard des attentes des clients ;
- Déployer le projet de service au sein de l'entreprise, en veillant à la diffusion et l'adoption par ses collaborateurs d'une culture de service, permettant l'atteinte des objectifs visés ;
- Adapter sa communication à son interlocuteur, afin d'améliorer ses interactions en situation professionnelle.

Domaine d'activité A2 : La définition du cadre stratégique de son offre et des moyens de sa « gouvernance de service »

- Mettre en œuvre les outils et méthodes du pilotage stratégique.
- Identifier les informations pertinentes à transmettre aux équipes pour une bonne appropriation des objectifs stratégiques poursuivis en matière de service et d'expérience client.
- Décliner ces objectifs stratégiques selon les critères et les environnements spécifiques de chaque activité concernée (entités économiques, départements...).
- Traduire les orientations choisies en actions concrètes opérationnelles, avec indicateurs de suivi.
- Réaliser des modèles économiques de service (business models) orientés client.

Domaine d'activité A3 : L'élaboration de la stratégie marketing de service et de l'expérience client

- Identifier les clients cibles, leurs usages et leurs besoins ;
- Analyser les parcours des clients cibles en identifiant la répartition possible d'éléments de service et d'expérience clients ;
- Identifier les éléments clés de satisfaction et d'insatisfaction sur le parcours client ;
- Etablir des référentiels de service (valeurs, missions, rituels) pour ancrer la culture de service dans l'entreprise et

renforcer la production d'expériences clients réussies.

Domaine d'activité A4 : Le pilotage du processus de création de l'offre de service, depuis sa conception jusqu'à sa mise en marché

- Concevoir une offre de service autour des usages clients, en la déclinant par les moyens et supports appropriés à l'intention des clients cibles ;
- Diriger le développement d'une offre de service, en supervisant et coordonnant l'action des différents protagonistes impliqués dans son industrialisation et sa production ;
- Contrôler la production de l'offre, en vérifiant le respect du niveau de prestation annoncé et l'application des standards de qualité ;
- Optimiser l'offre de service conçue, en évaluant son adéquation avec les attentes des clients et en procédant aux ajustements nécessaires au regard des premières réalisations pour l'amener à maturité.

Domaine d'activité A5 : L'amélioration continue de l'offre de service

- Organiser l'analyse et la mesure de l'expérience client, en prenant en compte leurs réactions et suggestions, par la mise en place d'une écoute active ;
- Manager l'expérience client, en mettant en place les outils et mesure permettant d'assurer la constance de l'expérience vécue par le consommateur ;
- Garantir la satisfaction et la fidélisation de ses clients en lien avec le parcours client ;
- Organiser le management de la qualité de service, en mettant en œuvre un plan d'amélioration de la qualité de service.

Domaine d'activité A6 : La digitalisation de l'offre de service

- Implémenter les impacts du digital dans sa stratégie d'offre de service et d'expérience client ;
- Intégrer les architectures digitales dans le design et la conception de services, en mobilisant les outils du marketing digital et expérientiel.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Être titulaire d'un diplôme de niveau Bac+2 ou d'un titre homologué niveau III et posséder une expérience professionnelle d'au moins trois années en rapport direct avec l'intitulé de la formation
- ou
- Être titulaire du baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle significative d'au moins cinq années en rapport direct avec l'intitulé de la formation

Les candidats sont sélectionnés en entretien individuel par le responsable pédagogique pour s'assurer de l'adéquation entre le contenu de la formation, les attentes du participant et les exigences du métier.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/12/2021
-------------------------------------	------------

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/2356/>