

L'EXPÉRIENCE CLIENT AU CENTRE D'UNE NOUVELLE FORMATION



La Haute École de gestion Arc propose, dès septembre 2020 et pour la première fois, un Certificate of Advanced Studies (CAS) en Marketing expérientiel & Neuromarketing. Depuis plusieurs années, l'expérience client est au cœur de nombreuses réflexions dans les entreprises qui aboutissent régulièrement à des modifications de leurs processus en lien avec la clientèle.

Consciente de la place toujours plus importante prise par cette «discipline» au sein des entreprises et du besoin de formation au sein de celle-ci, la Haute École de gestion Arc (HEG Arc) a conçu un programme de cours qu'elle propose pour la première fois dès septembre 2020. Cette formation est dédiée spécifiquement au management de l'expérience client et veut permettre aux participants de se spécialiser dans ce domaine en développant de nombreuses compétences et en approfondissant des connaissances dans les différentes étapes qui jalonnent le processus.

Dans une économie fortement concurrentielle où les possibilités de différenciations pour les entreprises deviennent parfois très restreintes, faire vivre des expériences positives à ses clients peut jouer un rôle central pour marquer cette différence et contribuer à les fidéliser.

Réservée autrefois plus particulièrement à certains secteurs tel que le tourisme, l'expérience client s'étend et se développe désormais sous diverses formes et à différents degrés d'intensité à l'ensemble des activités.

TROIS MODULES AVEC UNE ORIENTATION PRATIQUE

Le CAS en Marketing expérientiel & Neuromarketing est composé de trois modules répartis en une vingtaine de journées de formation sur six mois et peut être suivi parallèlement à une activité professionnelle.

Le module principal «Conception et management de l'expérience client» se focalise essentiellement sur les étapes principales du processus d'expérience client ou d'expérience utilisateur (user experience - UX). Cette partie du programme traite tout d'abord de l'identification et de la compréhension des acteurs concernés par l'expérience client à l'interne de l'entreprise et à l'extérieur de cette dernière.

Elle s'axe ensuite sur la (co)création de l'expérience puis sur son déploiement sur le terrain. Elle explore finalement en profondeur les étapes de mesure et de pérennisation, afin que les participants du CAS puissent être capables de maîtriser l'ensemble des phases du processus.

Deux modules spécifiques viennent compléter cette colonne vertébrale de la formation. Le premier s'intéresse tout particulièrement à la compréhension du comportement du consommateur grâce aux techniques de Neuromarketing et au Nudge marketing.

Le second se concentre, quant à lui, sur l'événementiel, domaine qui procure généralement des occasions uniques pour créer de l'expérience client.

DES PRATICIENS DE DOMAINES VARIÉS

L'enseignement est essentiellement dispensé par des praticiens évoluant dans différents domaines d'activité dans le but d'offrir aux participants le plus large spectre possible d'application des techniques et des outils présentés. Des chercheurs interviendront également dans le cadre de thématiques spécifiques, notamment dans la partie de la formation consacrée au Neuromarketing et au Nudge marketing.

La présentation et l'utilisation d'outils innovants, l'étude ainsi que la résolution de cas pratiques, la découverte de concepts expérientiels sur le terrain ou encore la réalisation de jeux de rôle sont des méthodes couramment utilisées afin de favoriser l'apprentissage de cette matière.

JULIEN STRUCHEN

Professeur HES associé, HEG - Haute École de gestion Arc
Responsable du CAS en Marketing expérientiel & Neuromarketing

INFOS PRATIQUES

Début des cours:

septembre 2020, en principe chaque vendredi (en journée) et un jeudi par mois (l'après-midi et en soirée)

Délai d'inscription:

8 juillet 2020, inscription en ligne

Informations supplémentaires:

www.he-arc.ch/gestion/cas-men