

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Anglais, Français**Responsable du cours :** LEMARIE Linda , MUKHERJEE Sourjo**Enseignants :** BLANCHETIERE Béatrice , BOUCHET Marie-Laure , DEBSKI Valérie , DEVYS Delphine , KURTALIQI Fidan

≡ DESCRIPTION DU COURS

L'objectif de ce cours est de développer une compréhension approfondie de la notion d'expérience client. Les étudiants apprennent à concevoir une expérience qui réponde aux besoins et aux désirs des consommateurs, ainsi que les stratégies pour mettre en œuvre et gérer l'expérience avec succès, afin de maintenir l'intérêt et l'engagement. Ce cours offre une vue d'ensemble des principales tendances récentes du comportement des consommateurs et des facteurs à l'origine de ces évolutions. Les étudiants y découvrent comment concevoir un parcours client sur la base de "personas" et à définir ensuite le marketing mix expérientiel correspondant. Parallèlement aux sessions en classe, les étudiants suivent une formation en ligne dispensée par Le Wagon. Cette formation en ligne couvre les concepts de recherche utilisateur, de kit d'interface utilisateur, de prototypage et de graphisme, nécessaires pour le développement d'une application en relation avec les concepts théoriques couverts en classe. Ce cours se termine par une discussion sur les défis actuels de l'expérience client (techniques, éthiques et sociétaux) et la présentation, via un pitch, de l'application développée en groupe par les étudiants au cours du semestre.

≡ OBJECTIF DU COURS

- Définir et identifier les différents éléments du parcours du client et de l'utilisateur
- Conduire et effectuer une analyse détaillée des comportements des clients
- Concevoir une expérience client pertinente grâce à un outil innovant (Le Wagon)
- Agir en tant que chef de projet et gérer les contraintes des projets avec agilité et flexibilité

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG2 - Action
Learning objectives C4B	LO4 - Etre force de proposition, prendre des initiatives
Outcomes	Niv. 3 - Porter et argumenter de nouvelles propositions dans un contexte où elles ne sont pas prévues

Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO15 - Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité
Outcomes	Niv. 3 - Confronter plusieurs points de vue et incorporer les opinions extérieures

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Comportement du consommateur, psychologie du consommateur, expérience du consommateur, stratégie de marque, consommateurs participatifs et collaboratifs, communautés de consommateurs, parcours client (omni canal), histoire de la marque, identité de la marque, réseaux sociaux et WOM, marketing numérique, RSE

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours magistraux, lectures, projet de groupe, sessions de coaching et présentation finale.
Apprentissage en ligne et quizz avec Le Wagon

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Apprentissage en ligne (lectures, vidéos, quizz)
Projet de groupe sur la conception et le développement d'une expérience client comprenant un prototype de UX (application)
Présentation finale (pitch)
Examen final

≡ BIBLIOGRAPHIE

BATAT, Wided. *Experiential Marketing: Consumer Behavior, Customer Experience and The 7Es*. Routledge, 2019.

Smilansky, S. (2017). *Experiential marketing: A practical guide to interactive brand experiences*. Kogan Page Publishers.

Villani, I. (2018). *Transform Customer Experience: How to achieve customer success and create exceptional CX*. John Wiley & Sons.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

50 % : Examen

50 % : Contrôle continu

≡ SÉANCES

1

Introduction - Le nouveau consommateur

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 02h00

Présentation du cours

Aperçu des principales tendances et des changements clés dans le domaine du comportement des consommateurs

Présentation du projet final

2

Qu'est ce que l'expérience client?

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 02h00

Origines du concept d'expérience client

Importance, pertinence et définition du concept

Développement d'idées pour le projet final

3

Un cadre pour la conceptualisation de l'expérience du consommateur

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 02h00

Cartographie du parcours client

Créer des personas consommateurs

Présentation de la plateforme Le Wagon

4

Introduction to UX Design - Module En Ligne Le Wagon

COURS EN LIGNE : 02h00

Introduction

Using designer tools

5

User Research - Module En Ligne Le Wagon

COURS EN LIGNE : 02h00

Product Pitch

UX personas

User journeys

User flow

6

Le nouveau marketing mix expérientiel 1

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 02h00

Qu'est ce que le marketing mix expérientiel ?

Branding expérientiel

Echange

7

Building an UI kit - Module En Ligne Le Wagon

COURS EN LIGNE : 02h00

Introduction to Atomic Design

Building a UI kit

8

Le nouveau marketing mix expérientiel 2

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 02h00

Points de contact émotionnels
Capital empathie

9

Coaching de groupe- 1

TRAVAIL INDIVIDUEL OU EN GROUPE : 02h00

Développement de l'idée relative au projet final

10

Prototyping - Module En Ligne Le Wagon

COURS EN LIGNE : 02h00

Building a wireframe
Prototype and Usability Testing

11

Les challenges futurs et l' Ethique

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 02h00

Les futurs challenges dans le design de l'expérience client
Problématiques éthiques et sociétales liées à l'expérience client

12

Graphic Design - Module En Ligne Le Wagon

COURS EN LIGNE : 02h00

Colors and Typography
Icons and pictures
Advanced UI design

13

UX and Analytics - Module En Ligne Le Wagon

COURS EN LIGNE : 02h00

Behavior Analytics

14

Coaching de groupe- 2

TRAVAIL INDIVIDUEL OU EN GROUPE : 02h00

Discussion du projet final et du pitch

15

Présentation finale

RESTITUTION DES TRAVAUX DE GROUPE : 02h00

Présentation du pitch et remise de la vidéo