



Video Pitch



# HappyTrack Sprint

Votre entreprise prête pour une  
gestion optimale des expériences !



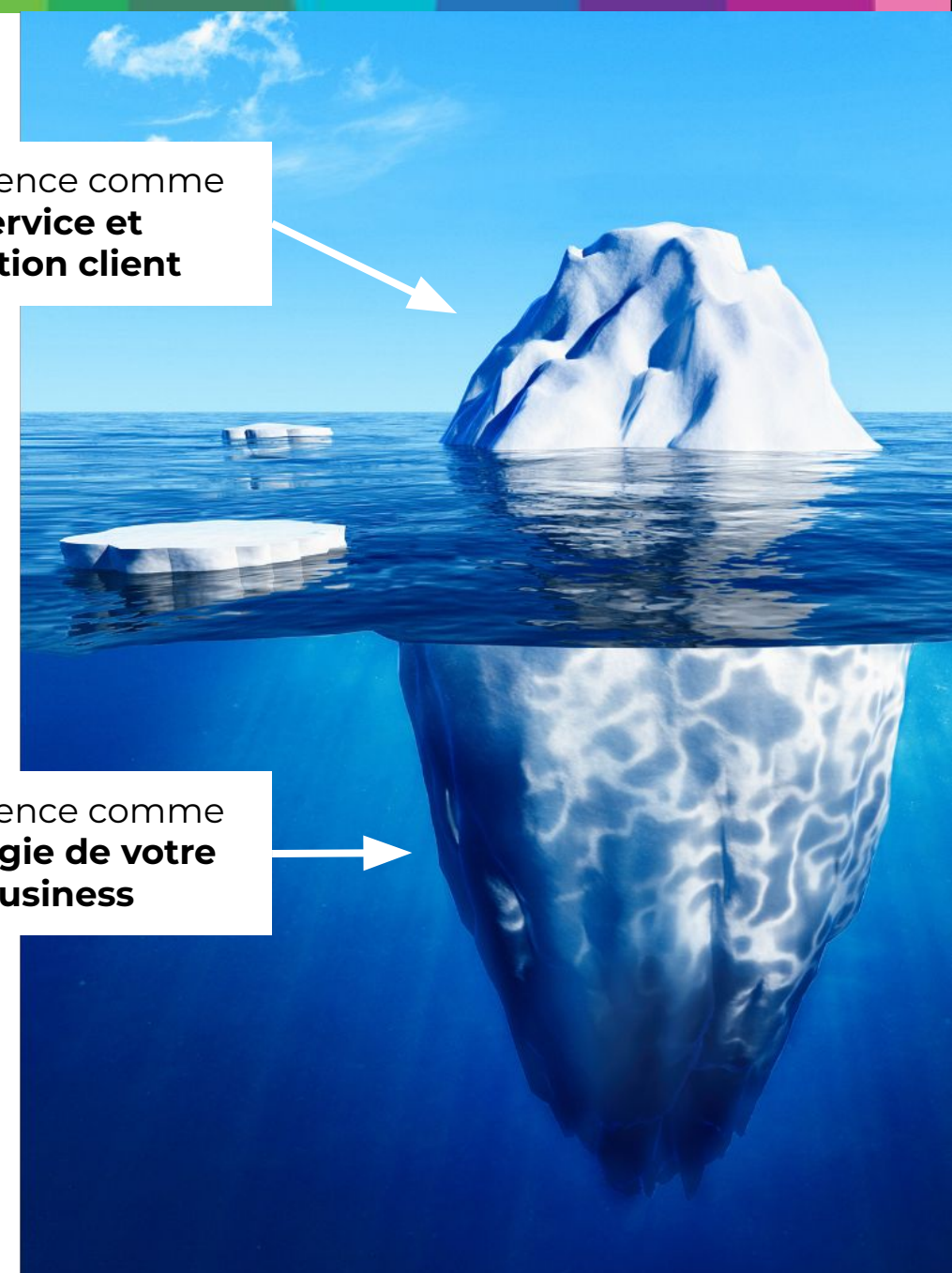
# Votre gestion d' **expériences** **comme stratégie** d'entreprise

Plus que de simplement penser à l'expérience client, nous devons **comprendre comment l'entreprise peut se structurer** pour cela.

Notre objectif est d'aider votre équipe à établir les bases pour gérer la meilleure expérience client, en considérant les différents domaines de l'entreprise.

Expérience comme  
**service et  
relation client**

Expérience comme  
**stratégie de votre  
business**



Développez en **co-création**  
le meilleur **projet**  
pour la gestion de  
**l'Expérience**  
**Client !**



Développez de la  
connaissance dans l'équipe  
pour plus d'autonomie



Élaborez un projet avec  
plus de rapidité



Découvrez où prioriser les  
investissements pour plus  
de résultats

# Notre différentiel ?

Focus sur la création de  
**l'autonomie**  
**pour la transformation !**



## Diagnostic

Découvrez sur quoi vous  
concentrer pour améliorer  
votre entreprise



## Projet

Co-créez le projet idéal pour  
stimuler l'expérience client

Programme de mentorat exclusif pour la  
création de projet en collaboration.

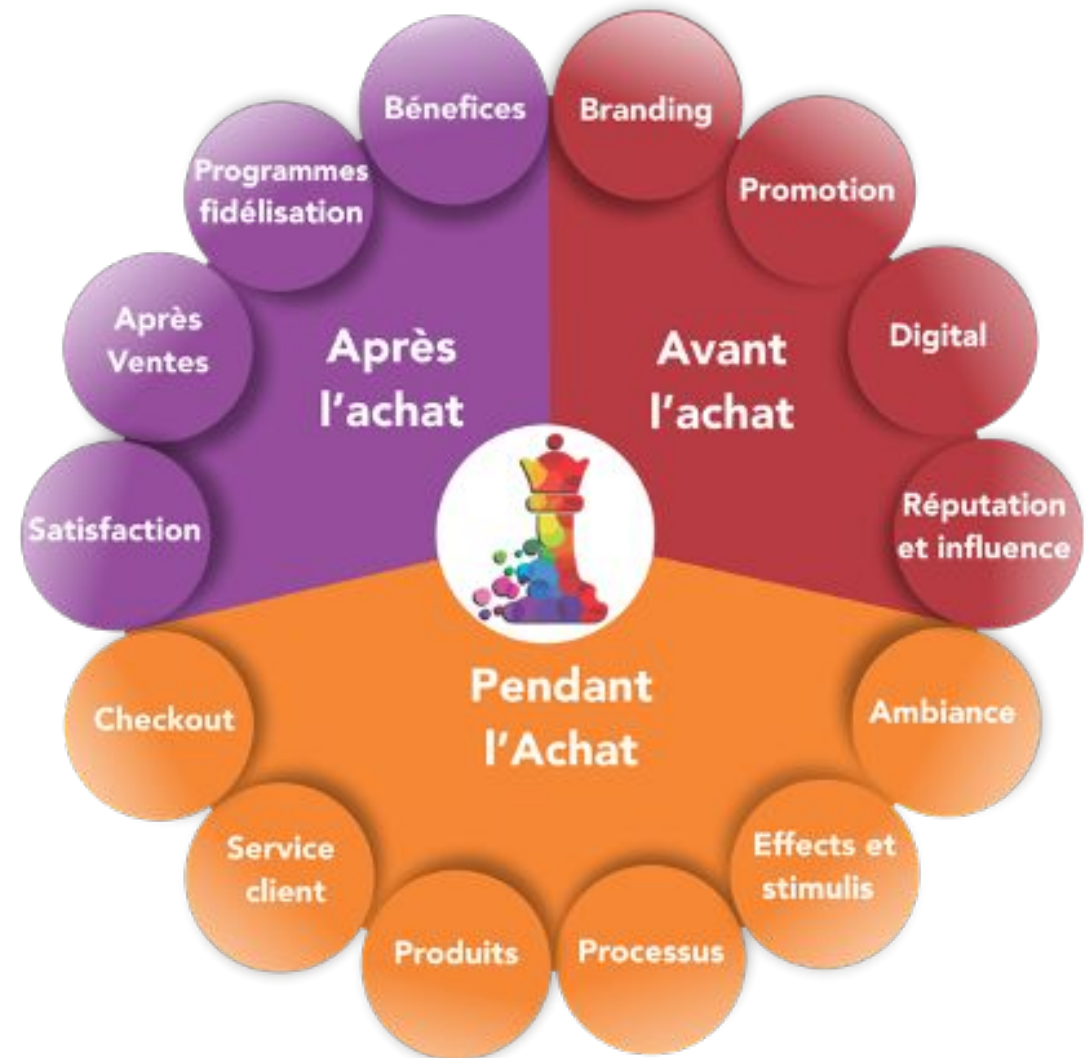
# Comment faisons-nous ?

Dans le cadre d'un programme structuré sous forme de séances de mentorat, notre équipe collabore avec votre **Squad BXI** - un groupe de 5 à 10 collaborateurs de votre entreprise possédant une expertise multidisciplinaire - pour analyser l'ensemble du cycle de stratégies pour améliorer l'expérience client. Ensemble, nous allons diagnostiquer l'entreprise et élaborer un projet en co-création.

*Notre méthodologie est issue d'une thèse et fait l'objet d'un processus de brevetage et d'enregistrement de droits d'auteur.*



Pour en savoir plus:



# Le Diagnostic

## Matrix HappyTrack

78% Business XYZ

01/01/2023

Profil de la Gestion de l'Expérience Client

ADN de l'Expérience



Stratégies de l'Expérience



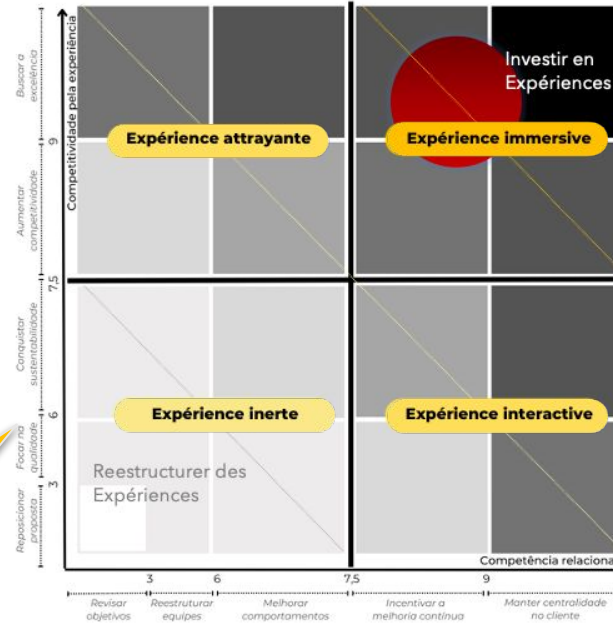
Risques de l'Expérience



Entreprise inerte	Entreprise interactive	Entreprise attrayante	Entreprise immersive
Faible performance dans les stratégies d'attention et d'interaction. Ce sont des entreprises qui ont de nombreux problèmes à résoudre avant de penser à l'expérience client, tels que la viabilité financière, la structure interne et la qualité de l'offre aux clients.	Faible performance dans les stratégies d'attention, mais une performance élevée dans les stratégies d'interaction. Ce sont des entreprises qui se soucient de maintenir des canaux de contact efficaces et une bonne politique de relation et de service client.	Performance élevée dans les stratégies d'attention aux clients, mais faible performance dans les stratégies d'interaction. Ce sont des entreprises qui cherchent à attirer les clients, mais qui doivent encore travailler sur la rétention. Elles sont axées sur le différentiel compétitif.	Performance élevée à la fois dans les stratégies d'attention et d'interaction avec les clients. Elles ont la Relation Supérieure comme base de leur entreprise et se soucient d'enchanter toute la chaîne de valeur de l'entreprise.

### Comment interpréter le graphique ?

- Sur chaque axe, observez la considération de la focalisation d'action en fonction de l'évaluation de votre entreprise.
- Considérez sur l'axe horizontal (X) la relation entre le comportement organisationnel et la qualité des relations au sein de l'entreprise.
- Considérez sur l'axe vertical (Y) la relation entre la perspective de gestion des risques et la recherche de compétitivité de l'entreprise.
- Les quadrants sont représentés en progression géométrique ( $r = 0,5$ ), pour déterminer une précision accrue en direction d'une entreprise immersive.
- Plus vous vous trouvez à gauche et en bas, plus votre équipe doit prêter attention à la recherche de restructurations dans l'entreprise. Identifiez les facteurs de priorité et de risque dans le graphique du BXIndex.
- N'oubliez pas de relier les résultats au profil de votre entreprise et au profil de votre client. Si nécessaire, consultez un expert.



Découvrez le profil de la gestion de l'expérience client

Gestion de l'Expérience Client

85% X - Compétence Relationnel 78%

Méthode :

Analyse BXI, réalisée par HappyTrack au xx/xx à xx/xx avec :

Clients	Collaborateurs	Partenaires	Auditeurs BXI
1247	359	28	5

Pour en savoir plus accéder :



## BXIndex

78% Business XYZ

01/01/2023

Dans quelle mesure votre entreprise est-elle prête à devenir une entreprise axée sur l'expérience ?

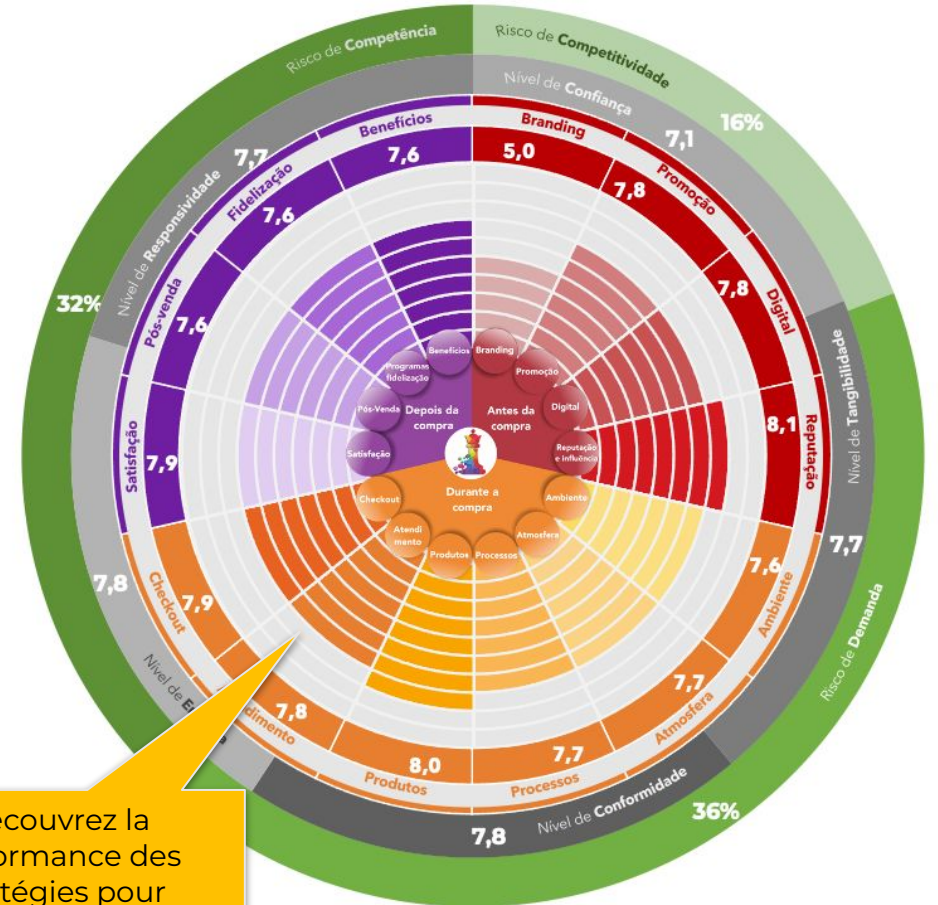
ADN de l'Expérience



Stratégies de l'Expérience



Risques de l'Expérience



Découvrez la performance des stratégies pour l'expérience client

Antes da Compra 6,5% Durante a Compra 7,7% Depois da Compra 7,7%

Para saber mais, acesse:



Metodologia:

Análise BXI, realizada pela HappyTrack no período de xx/xx a xx/xx com:

Clients	Colaboradores	Parceiros	Audidores
1247	359	28	5



## Plus que des idées. **La stratégie en pratique !**

À partir d'un processus structuré, votre équipe sera accompagné en 2 options de format - **5 jours ou une demie journée - pour :**

- Comprendre le client
- Définir des objectifs et des stratégies pour chaque étape du parcours client
- Obtenir des informations pour étayer de nouveaux projets



**Método HappyTrack®**

**Passo 1.** Quem é o seu cliente busca?  
Quem são os principais problemas a serem resolvidos por ele?  
Dores  
Motivações  
Onde está?

**Passo 2.** O que seu cliente busca?  
Qual é ou são (s) objetivo(s) da experiência do cliente neste momento do contato?  
O que deve ser criado ou melhorado?

**Passo 3.** Qual é o objetivo do seu negócio?

**Passo 4.** O Mapa Estratégico

**Passo 5.** Antes da compra

**Passo 6.** Durante a compra

**Passo 7.** Depois da compra

**Mapa Estratégico:** Um diagrama circular com 8 setores (1-8) e 4 eixos (a-d). O eixo a) Problema, b) Objetivo, c) Experiência, d) Canal. O eixo 1) Ambiente e Contexto, 2) O que o cliente quer, 3) Como o cliente quer, 4) O que o cliente precisa, 5) O que o cliente não quer, 6) O que o cliente não precisa, 7) O que o cliente não quer e não precisa, 8) O que o cliente não precisa e não quer.

# Programmation

## Introduction

### 1 Audit

- Introduction au processus de gestion de l'expérience client comme stratégie
- Réalisation d'un **audit** avec les participants
- Discussion des résultats

### 2 Le Client

- Élaboration de **personas**
- Définition du **parcours client**
- Définition des priorités pour chaque persona dans le cycle de l'expérience client.

### 3 Les Stratégies

- Analyse des stratégies actuelles
- Identification des potentiels d'amélioration
- Définition des **objectifs** dans le cycle de l'expérience client
- Élaboration des **stratégies futures**

### 4 Plan d'Action

- **Brainstorming** pour le cycle de l'expérience client
- Développement des **stratégies en plan d'action**
  - Avant, pendant et après l'achat

### 5 Plan de Dissémination

- Discussion du plan d'action obtenu
- Définition de l'objectif et de la stratégie pour la diffusion et la **gestion des connaissances** de l'expérience client
- Élaboration d'un plan de maintenance du programme et d'**apprentissage organisationnel**

## Plan d'Action



## Voulez-vous encore plus personnalisé ?

Lors d'un atelier de 3 heures + 1 heure de feedback dans 15 jours, réalisé, sur mesure et seulement In Company axé sur la thématique choisie comme priorité pour vous et votre équipe, nous travaillerons de manière très dynamique pour élaborer des projets concrets et résoudre vos principaux défis.

### Persona et Parcours client

- Élaboration de **personas**
- Définition du **parcours client**

### Cycle des Stratégies pour l'Expérience Client

- Définition des priorités pour chaque persona dans le cycle de l'expérience client.
- Définition des **objectifs** dans le cycle de l'expérience client
- Élaboration des **stratégies futures**
- **Brainstorming** pour le cycle de l'expérience client
- Développement des **stratégies en plan d'action**
  - Avant, pendant et après l'achat

## Bonus

### Plateforme HappyTrack

- Tous les participants ont accès à la **plateforme HappyTrack** pour :
  - Réaliser l'audit et vérifier les résultats
  - Créer le projet en ligne

### Outils de planification

- L'entreprise reçoit :
  - 1 **bannière en toile**, format (1,20x0,9m) pour la réalisation d'activités et la pose dans la zone de contact de l'équipe.
    - L'objectif du matériel est de fournir un contrôle visuel des activités du projet.
  - **Rapport d'audit** avec diagnostic réalisé par les participants.



# Qu'allons-nous discuter ?

De la psychologie de la consommation et l'impact de vos stratégies à vos **défis** pour la préparation aux **Jeux Olympiques de Paris 2024**.

Une journée d'échanges aussi intenses pour **faire benchmarking et avoir de nouvelles idées** pour votre business



# Un **cadre atypique** pour vivre et pour discuter des **expériences** d'une façon inoubliable !

A deux pas de Champs Elysée vous allez :

- ➔ connaître une méthode exclusive
- ➔ avoir un processus de brainstorm efficace pour vos nouveaux projets
- ➔ booster votre réseaux





Responsable du programme:

## **Juliana Cândido Custódio, Ph.D.**

Professeur | Consultante | Écrivaine | CEO de HappyTrack

### **L'expérience professionnelle et la connaissance académique pour vous guider dans la co-crédation des projets !**

- Post-doctorat en Psychologie du Travail et de la Consommation - ULB Belgique
- Doctorat en Gestion - Université Paris-Dauphine
- Master et doctorat en Stratégie - PUCPR Brésil
- Master en Marketing - UFPR Brésil
- Formation en Relations Publiques

Plus de 15 ans de conseil aux entreprises et d'études de marché

Collaboration dans des agences d'innovation et de soutien à l'entrepreneuriat

Professeur à l'Université Catholique de Rio de Janeiro, PUCPR, FGV, ULB et autres

Découvrez le profil complet sur :





Video Pitch



Allon-nous **révolutionner la gestion d'expériences**, ensemble ?



**HappyTrack**®

[www.HappyTrack.fr](http://www.HappyTrack.fr)

**Cliquez pour demander un devis !**



15, Rue des Halles 75001  
contact@happytrack.fr  
+33 (0) 7 67 37 10 11

**Paris**

**Curitiba**

R Nunes Machado 266  
falecom@happytrack.com.br  
+55 (41) 99212-5040

