

OUTIL #6 : Le parcours client

OBJECTIFS

- Visualiser les étapes parcourues par le client lorsqu'il interagit avec un service, une phase du service ou un épisode donné.
- Créer une représentation de la réalité d'un persona ayant recours à votre service.
- Identifier les moments ou les actions qui suscitent des émotions négatives, ainsi que ceux qui génèrent des émotions neutres et/ou positives, dans le but de cibler les efforts de refonte. Par exemple, déterminer les moments qu'il faudrait éliminer autant que possible pour réduire les points de friction, quelles améliorations sont nécessaires pour rendre l'expérience plus fluide, agréable et efficace, et quels éléments de l'environnement méritent d'être repensés.
- Prendre des notes dans les commentaires pour noter ce qui génère de telles émotions ou pour proposer des pistes d'amélioration pour l'avenir.

Durée: variable

CONSEILS PRATIQUES

- En utilisant les données de vos entrevues individuelles, identifiez et enregistrez les moments qui composent le service. Cela peut inclure les moments d'interaction directe entre le client et le prestataire de service, ainsi que les moments qui n'impliquent pas d'interaction directe (partie invisible du service) mais qui influencent néanmoins l'expérience.
- Examinez le parcours de votre client pour alimenter vos réflexions sur les moments à améliorer ou à transformer.

	AVANT		PENDANT				APRÈS	
Moments								
Émotions								
Notes								