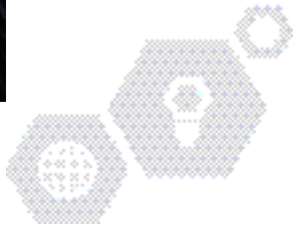


REFERENCES CLIENTS

J'ai 18 ans d'expérience dans le web. Je suis spécialisée dans l'audit de l'expérience client depuis 2008.

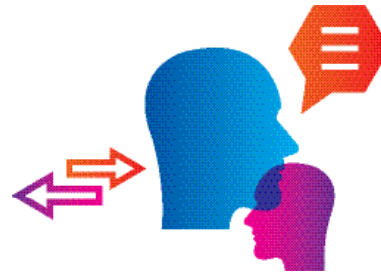
J'ai travaillé avec Barclays Bank, CIV, Petro-Canada, Transport Canada, Ministère des transports en France, Bibliothèque National de France, Radio France, Voyages-Sncf, CHANEL Cosmetics International, Clarins Group (missions pour Clarins, Muggler et Azzaro), Pluzz.fr...

En Polynésie : DGEN, SIPF, DMRA, CTG, CHSP, DICP...



“ Patricia nous a aidé à concevoir un produit simple malgré un cahier des charges complexe au départ. Sa méthode nous a progressivement amené à renoncer à quelques-uns de nos a priori au bénéfice des usages des internautes”

PIERRE MATHIEU; DIRECTEUR ADJOINT DES SITES ANTENNES ET DU MARKETING NUMERIQUE, CHARGE DU LANCEMENT DE PLUZZ FRANCE TELEVISION



MA SPECIALITE : L'EMOTION

Spécialisée en “Designing for Emotions”, auteur de 5 livres sur ce qui crée l’émotion, le buzz, le j’adooore chez l’être humain.

“Le travail de Patricia sur l’émotion des utilisateurs, nous a permis de prioriser notre liste de projets en cours.”

PIERRE ALZON; DIRECTEUR ADJOINT
VOYAGES-SNCF.COM



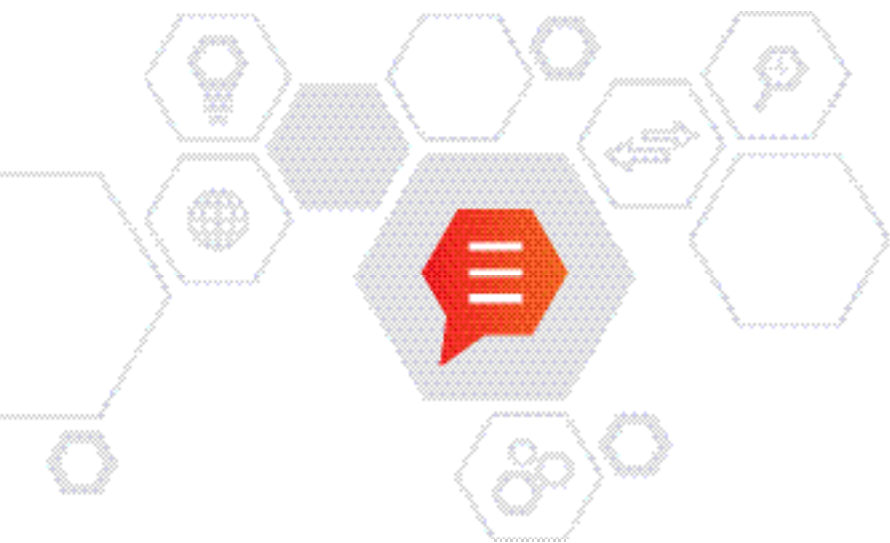
AUDIT DE L'EXPERIENCE CLIENT

Évaluer l'expérience de vos clients dans vos hôtels, vos boutiques, au téléphone et sur vos applications web et mobiles

PATRICIA GALLOT-LAVALLEE, Experience Designers Inc.

TEL : +689 87 35 87 65
patricia@experiencedesigners.net

WWW.EXPERIENCEDESIGNERS.NET/BLOG



Notre offre d'audit

Audit découverte

3 jours, 3 cibles, 5 tests, 1 rapport

216 000 F CFP HT

Audit complet

7 jours, 3 cibles, 5 tests par cible, 1 rapport

504 000 F CFP HT

Audit & Accompagnement

Nous consulter pour un devis précis. Compter entre 300 000 et 1,7 million F CFP HT

Méthodologies de travail appliquées : Design Thinking, méthode de développement agile, marathon d'innovation collaborative.



"L'audit découverte financée par la maison mère m'a permis de réaliser que ce n'est pas aussi facile que je ne le pensais pour nos usagers de trouver la bonne information sur notre site. Cela ne peut que nous encourager à faire encore plus pour les aider."

Pourquoi évaluer l'expérience client ?

Simplifier ses services,
Améliorer la transformation de vos usagers en clients,
Résoudre des avis divergents en interne,

Identifier les points forts de vos services,

Améliorer le buzz autour de vos produits et services,
Connaitre la perception du public face à la concurrence,

Prioriser sur vos futurs développements,
Identifier de nouvelles pistes d'amélioration



En Polynésie, pourquoi l'évaluation de l'expérience client est-elle importante ? Le bouche à oreille, la recommandation sociale est sans précédent en Polynésie Française. Un client satisfait qui rentre chez lui, c'est 5 clients qui viendront d'eux même sans avoir besoin d'être convaincus.

ETAPES DE L'AUDIT

1 - Entretiens avec vos agents en contact avec le public pour identifier nos cibles
2 - Rédaction d'un script de tests (validé avec vos équipes)
3 - Tests de l'utilisation du service face à un vrai besoin dans un environnement au plus proche de leur réalité. Les utilisateurs sont recrutés par

mes soins. Ils peuvent aussi être audités en boutique ou en salle d'attente.
4 - Restitution orale pendant laquelle vous pourrez poser des questions complémentaires
5 - Livraison d'un rapport contenant les conclusions, des propositions d'amélioration et phrases emblématiques des utilisateurs.



AUDIT POSSIBLE SUR TOUS TYPES DE SERVICE

En gestation, sous forme de prototype, sous forme d'application web ou mobile déjà en ligne.