

Digitaliser l'expérience client en point de vente

-Référence: **CV-66**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Appréhender les perspectives d'évolution du commerce et du e-commerce
- Mettre en oeuvre une stratégie digitale dans un point de vente
- Créer une nouvelle expérience client enrichie
- Générer du trafic vers son point de vente

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsables marketing, responsables point de vente ou merchandising, responsables stratégie digitale...

PRÉREQUIS :

- Aucun.

Programme

- **Etat des lieux de l'e-Business**
 - Les chiffres clés de l'e-Business en France et à l'international.
 - L'évolution du retail dans un contexte omnicanal.
 - L'omnicanal au coeur du dispositif stratégique.
 - Le mobile : le lien essentiel off/online.
 - Les nouveaux parcours client.
 - Etude de cas Le parcours client idéal selon McKinsey.
- **Les nouveaux comportements d'achat**
 - Les nouvelles attentes des consommateurs.
 - La Big Data et le e-CRM : une intégration nécessaire.
 - Le consommateur 3.
 - 0 : ATAWAD, SOLOMO, ROPO, showrooming.
 - L'Inbound Marketing : une stratégie gagnante.
 - Echanges Retours d'expériences.

- **Le magasin connecté dans une stratégie omnicanale**
 - La définition du point de vente : phygital ? Les nouveaux défis de la digitalisation pour les enseignes.
 - Des nouvelles expériences pour les clients.
 - Web to Store, Store to Web : choisir les bonnes stratégies.
 - Un nouveau concept : le retailtainment.
 - Etude de cas Exemples de différentes stratégies omnicanales.
- **La technologie au service de l'expérience client**
 - En amont de la visite : générer du trafic vers le magasin et capter le client.
 - Pendant la visite : créer une nouvelle expérience et générer de nouveaux services.
 - Après la visite : fidéliser le client et générer l'engagement.
 - Les applications mobiles pour maintenir la relation client.
 - Les réseaux sociaux au coeur du magasin.
 - Travaux pratiques Workshop : et pour vous ?
- **Le pilotage des campagnes**
 - Optimiser les actions grâce au marketing automation.
 - L'omnicanal : un référentiel client unique ! L'importance des outils d'e-CRM.
 - La transformation d'un client en ambassadeur.
 - Les outils de mesure de performance.
 - Démonstration Salesforce : gérer le client unique.
- **Les impacts organisationnels pour l'entreprise**
 - Anticiper la transformation des métiers.
 - Du Big Data au Smart Data : les nouvelles données.
 - Piloter autrement la performance commerciale.
 - Repenser une nouvelle organisation pour l'entreprise.
 - Les facteurs clés de succès.
 - Les perspectives de développement.
 - Réflexion collective Les impacts organisationnels pour les entreprises des participants.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc