DIGITAL TO STORE

Attirer les prospects et faire revenir vos clients en points de vente en utilisant le web et le mobile

1 JOUR, 7 HEURES

STRATÉGIE DIGITALE

CODE : LDI01

Objectifs de la formation

Bénéficier d'un éclairage complet sur les enjeux du web to store et du mobile to store

Identifier les moyens offerts par le digital pour aider les distributeurs et les marques à faire venir les prospects en points de vente

Appréhender les enjeux du Retail CRM

Disposer de bonnes pratiques, d'exemples concrets en France et à l'international, et des outils disponibles

Parmi nos formateurs

- Professionnel(s) du secteur

Public concernés

- Cette formation s'adresse aussi bien aux responsables marketing et CRM des marques et de réseaux de points de vente, qu'aux responsables digitaux et/ou e-commerce qui souhaitent intégrer la création de trafic en point de vente dans la stratégie digitale de leur entreprise.

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun pré-requis n'est nécessaire

100% de la population française est équipée d'un téléphone mobile, 85% est connectée à Internet et 60% est équipée d'un smartphone. Les distributeurs et les marques doivent saisir les nouvelles opportunités numériques pour créer du trafic en PDV.

Accueil des participants

Comprendre la mutation des usages clients et des systèmes de distribution

- Dresser un panorama des mutations de la distribution et des points de vente, du e-commerce et du m-commerce
- Comprendre la transformation des usages et des recherches sur Internet via les smartphones
- Étudier les concepts clés, principales définitions et implications opérationnelles pour votre entreprise : RoPo, Multicanal, Omnicanal, Showroming, Web to Store, Mobile to Store, Digital in Store, géolocalisation, géofencing, SoLoMo...

Relier l'évolution des équipements avec les nouveaux usages

- Quels sont les principaux changements dans l'équipement numérique des consommateurs et les nouveaux usages associés

- Décrypter les équipements –smartphones, tablettes, phablettes- des consommateurs en France et dans le monde
- Faire le point sur les différentes techniques et les évolutions de géolocalisation pour les consommateurs, pour les marques et les distributeurs
- Comprendre et intégrer la révolution des usages via le smartphone dans votre stratégie de marque

Faire venir les prospects en point de vente via le web et le mobile

- Identifier et cartographier les leviers digitaux à actionner pour faire venir des prospects sur vos points de vente
- Comment optimiser votre « store locator » pour faire venir des clients en point de vente
- Comprendre et intégrer les évolutions du « Click & Collect » et du « drive » dans votre stratégie de conquête
- Mettre en place et analyser des campagnes publicitaires, promotionnelles ou de couponing « drive to store »
- État des lieux des bonnes pratiques

CAS PRATIQUE **Dans l'univers de la grande consommation et de la distribution**

Faire revenir les clients en point de vente via le web et le mobile

- Les composants web et mobile à intégrer dans votre stratégie de fidélisation : sms, emailing, réseaux sociaux, etc.
- Techniques pour bien utiliser le SMS dans votre stratégie digitale pour informer et fidéliser vos clients et optimiser la collecte des numéros de mobile en point de vente
- Appréhender et optimiser les différentes possibilités de l'e-mail
- Comprendre et exploiter le potentiel des applications mobiles et du « push notification » dans la gestion de votre relation client
- Adapter et optimiser sa stratégie sur les réseaux sociaux

CAS PRATIQUE **Dans l'univers de la grande consommation et de la distribution**

Anticiper l'évolution des technologies et leurs impacts sur votre stratégie de distribution et d'animation des points de vente

- Identifier les principales solutions digitales pour le magasin du futur
- Quelles interactions mobiles en point de vente : Beacon, Wifi, ultrason, Eddystone…
- Le potentiel de la technologie NFC pour les marques et les distributeurs
- La révolution du paiement mobile et le futur du coupon mobile
- Anticiper les enjeux liés à l'utilisation du mobile in store
- Dresser un état des lieux des points de vente digitalisés et des nouveaux supports de vente : QR codes, murs digitaux, écrans in store, digitalisation du vendeur
- Comment faire de votre point de vente un espace de communication et d'expérience utilisateur

Fin de journée

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- **Modalités pédagogiques:**

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux

intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

- **Modalités d'évaluation:**

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

- **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.