

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

Animée par

- 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.

Dates

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

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, Showrooming, Web to Store, Mobile to Store, Digital in Store, géolocalisation, géofencing, SoLoMo...

de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun pré-requis n'est nécessaire

Modalités pédagogiques

- Un questionnaire préalable sera envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques, et sera transmis au(x) formateur(s) avant la formation
- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants
- Les formations sont déroulées en présentiel ou en classe virtuelle et étayées, chaque fois que cela est pertinent, d'études de cas et de mise en pratique ou en situation
- Un formulaire d'évaluation du formateur et du déroulé du programme suivi sera proposé aux participants à la fin du stage

Tarifs

- Tarif général _____ 995,00 €HT

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

