DIGITAL IN STORE

Utiliser les nouvelles solutions digitales pour interagir avec vos clients

1 JOUR, 7 HEURES

CROSS-CANAL

CODE : LDI04

Objectifs de la formation

Appréhender les dernières innovations technologiques pour créer de nouvelles formes d'interactions en point de vente avec vos clients

Identifier les étapes des projets intégrant les objets connectés dans la relation avec vos clients dans vos magasins ou dans vos réseaux de distribution

Cerner les nouvelles techniques pour mieux concevoir et formuler vos demandes auprès des prestataires

Engager les premières actions pour devenir le magasin connecté de demain

Parmi nos formateurs

- MORETAU Cédric
  Entrepreneur - Enseignant. Expert dans la création d'entreprise, du Marketing, e-commerce et transformation digitale,

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 points 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

Dans un paysage commercial en perpétuelle mutation où la concurrence fait rage, la technologie révolutionne la façon dont nous achetons et interagissons avec les marques. La notion traditionnelle du point de vente a évolué vers de nouvelles dimensions passionnantes.

Le Digital in-store est au cœur de cette transformation, ouvrant la voie à une expérience client immersive et inédite, non seulement au niveau de la personnalisation des parcours d'achats, mais aussi dans la fidélisation d'une clientèle de plus en plus exigeante.

Cette formation est spécialement conçue pour vous permettre de maîtriser les outils et les stratégies qui façonneront le commerce de demain. Vous découvrirez comment fusionner habilement le monde physique et le monde numérique pour créer des interactions clients puissantes et mémorables.

Faire face aux mutations profondes de la distribution et au développement des usages digitalisés des clients au sein du point de vente

- Analyser les principales implications opérationnelles de la digitalisation pour vos entreprises : le « Showrooming », la digitalisation du point de vente, la digitalisation du vendeur, les objets connectés, la géolocalisation, le géofencing
- Tour d'horizon et décryptage des nouveaux équipements numériques des consommateurs : mobiles, smartphones, tablettes, phablettes, wearables, objets connectés....
- Comprendre les nouveaux usages des consommateurs et les intégrer dans une stratégie de marque ou d'enseigne : l'interaction in-store
- Quelles évolutions de la recherche et de la géolocalisation sur Internet via les smartphones

Comprendre les nouveaux usages des consommateurs

- Tour d'horizon et décryptage des nouveaux équipements numériques des consommateurs : mobiles, smartphones, tablettes, phablettes, wearables, objets connectés....
- Comprendre les nouveaux usages des consommateurs et les intégrer dans une stratégie de marque ou d'enseigne : l'interaction in-store
- Quelles évolutions de la recherche et de la géolocalisation sur Internet via les smartphones

TRAVAIL DE GROUPE **Réalisation d'une cartographie des usages des consommateurs**

Appréhender les moyens digitaux pouvant enrichir la relation client en points de vente

- Optimiser et fluidifier l'expérience en points de vente en enrichissant les services fournis aux consommateurs : identification de techniques
- Mettre en place des outils pour analyser et mieux comprendre le trafic en points de vente
- Comprendre et intégrer la dématérialisation des cartes de fidélité et du paiement mobile : avantages, risques
- Digitaliser votre vendeur/conseiller : quelle pratique préconiser, quelle attitude adopter, quelle part accorder au digital

ATELIER **Etude de cas décryptée par le formateur et issue de son expérience professionnelle**

Comment exploiter le potentiel des objets connectés et des nouvelles technologies en point de vente

- Retour sur les applications déjà existantes en point de vente
- Les objets connectés : comprendre les implications d'usages pour les marques et les enseignes
- Quel budget envisager pour la mise en place d'un tel dispositif au sein du magasin
- Identifier les différentes natures de retour sur investissement : en magasin, sur mobile, en matière de données collectées
- Maîtriser le cadre juridique encadrant la collecte de données au point de vente : les obligations en matière de protection des données, les principes de la déclaration auprès de la CNIL, mise au point sur la nature des données collectées

CAS PRATIQUE **Mise en œuvre d'une solution digital en point de vente sur la base d'un cas concret du formateur**

Evaluation des acquis de la formation

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.