DATA ET DIGITAL DANS LE RETAIL

Réussir le bon mix pour un CRM augmenté

1 JOUR, 7 HEURES

STRATÉGIE DIGITALE

CODE : LDI05

Objectifs de la formation

Savoir intégrer l'impact des data et du digital dans votre CRM

Faire le lien entre l'augmentation de l'expérience consommateur et un projet BigData/Smart Data

Réussir à dresser votre roadmap CRM digitalisé

Parmi nos formateurs

- Professionnel(s) du secteur

Public concernés

- Direction marketing, Direction du développement, Direction digitale, Direction générale, Direction commerciale

Critères d'admission

- Exercer des responsabilités en développement commercial ou marketing dans le secteur de la grande consommation/distribution

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Accueil des participants

Data, Smart Data, Big Data : définitions et contexte

- Côté consommateurs : quelques chiffres clés illustrant la transformation numérique et les changements de comportements des consommateurs
- Côté annonceurs : le point sur l'avancement des annonceurs Français sur la Big Data

Vision cible, quels enjeux et opportunités pour le Retail ?

- Repérer les nouvelles opportunités pour le retail : tracking des parcours omni-canaux grâce au tracking de la navigation digitale et physique (ebeacon, ..)
- Comprendre ce qui change dans les mécaniques de CRM (nouveaux leviers, nouvelles cibles) : illustration par quelques exemples de scénarii
- Quels bénéfices identifier pour les consommateurs (expérience, ..) et pour les annonceurs (ROI, ...)

Concrètement, quelle roadmap pour un CRM digitalisé par étape

- Maîtriser les étapes clés et le timing en fonction de votre état des lieux data et CRM (CRM différencié ou non, taux de qualification email, niveau de tracking digital individuel, ...), de l'organisation (petite équipe, équipe mixe data/conseil, ...) et des outils à disposition (routage, gestion de campagne, ...)
- Comment aborder concrètement un projet « Big data »: Worst & Best Practices à partir du retour d'expérience de plusieurs annonceurs

Sur quelles méthodes vous appuyer pour faciliter l'appréhension d'un projet Big Data dans l'ensemble de ses dimensions

- Comment sélectionner les données utiles
- Quelle segmentation clients réaliser
- Quand décider d'internaliser ou d'externaliser
- Quels choix techniques opérer selon le contexte

ILLUSTRATION Cas d'usage : partage de cas concrets d'apport de la Data et du Digital sur des stratégies CRM

- Cas n°1 retail : d'un CRM de masse à un CRM différencié, d'un CRM différencié à un CRM multicanal
- Cas n°2 retail : transformation digitale du CRM pour développer des parcours personnalisés omni-canaux
- Cas n°3 commerce : stratégie mobile et DMP pour un CRM centré sur l'expérience consommateur

ATELIER Ateliers sur des cas d'usages possibles pour les entreprises présentes

- Brainstorming pour déterminer des cas d'usages
- Présentation et partage des premières réflexions

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.