

EXPERIENCE CLIENT EN MAGASIN

Repositionner vos points de vente dans l'expérience globale de votre enseigne et susciter l'achat omnicanal

1 JOUR, 7 HEURES

STRATÉGIE DIGITALE

CODE : LMC05

Objectifs de la formation

- Identifier des clés pour réinventer l'expérience client en magasin :
- en tenant compte des nouveaux usages et des nouveaux comportements de la clientèle
- en positionnant ce moment de vie dans une expérience globale pré et post visite
- en intégrant la dimension émotionnelle dans la relation client
- en s'inspirant des flagships de marques innovantes

Animée par

- Salette Rémi
Co-fondateur,
FENG SHUI HARMONY

Public concernés

- Directeurs de magasins, Directeurs et Responsables marketing, Directeurs et Responsables commerciaux et développement des ventes, Directeurs et Responsables Innovation, Responsables trade marketing, Responsables merchandising, Category managers, Responsables du category management, Marketing enseigne

Dates

Critères d'admission

Accueil des participants

Les enseignes courent après les nouveaux usages clients en magasin

- Zoom sur les nouveaux usages et comportements clients
- Benchmark des initiatives en France et à l'étranger

Comment capitaliser sur les fondamentaux et la valeur ajoutée du magasin

- Miser sur le relationnel et la pédagogie de vos vendeurs
- Créer une atmosphère suscitant l'engagement de vos visiteurs
- L'essayage/le touché produit : faire adhérer les visiteurs à votre univers de marque
- Comment rentabiliser au m² votre espace de vente ?

- 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

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

Innoven en magasin : illustrations des bonnes pratiques à prendre en compte dans la nouvelle expérience

- Géolocalisation indoor : identifier et personnaliser le parcours achat
- Borne tactile et outil mobile : imaginer des dispositifs captifs pour multiplier les points de contacts avec le client
- Nouveaux moyens de paiement : déployer les facilités de paiement digital en magasin
- RFID, comment simplifier l'intégralité du cycle produit : logistique, assortiment, encaissement, sécurité

Déjeuner

Méthodes pour concevoir la nouvelle expérience client en magasin (présentation et exercice)

- Déterminer le cas client représentatif et décrire chacune des grandes étapes
- Appréhender les apports de l'innovation
- Comment valoriser vos actifs majeurs en magasin ?

ROI et satisfaction : mesure et méthode d'amélioration continue de l'expérience en magasin

- Identifier de nouveaux KPI et outils de collecte
- Mettre en place un processus de test and learn sur un magasin pilote

