



Gestion de sa communication multicanal

Objectifs de la formation

- Saisir les enjeux et bénéfices d'une stratégie marketing multicanal
- Structurer la démarche en magasin
- Animer son équipe en magasin
- La mesure de la performance



Public

Responsable marketing ecommerce

Prérequis

Sensibilisé aux différents canaux et leurs usages

Modalités

En inter : Durée 2 jours

Programme

- L'évolution des principes marketing - 4P vers 4C
- Analyser les enjeux
- Les nouveaux usages, les comportements et les tendances : SoLoMo, ATAWAD
- L'expérience client. Les nouveaux parcours client
- Cartographier puis améliorer les étapes du parcours client.
- Optimiser l'expérience client
- Tirer parti des différents canaux
- Les canaux physiques : les magasins, le catalogue, le drive, les call centers...
- Les canaux virtuels : les réseaux sociaux, les chats, les QR codes, les objets connectés...
- La digitalisation du point de vente.
- Les fonctionnalités et les applications de l'internet fixe et mobile.
- Les facteurs clés de succès.
- Mesurer, animer et optimiser votre stratégie



Gestion de sa communication multicanal

Moyens pédagogiques

- Illustrations de cas concrets et expériences multicanales
- Construction d'un plan média en lien avec son calendrier commercial
- Livret du participant



Programme (suite)

- Missions du service communication dans l'entreprise
- Structurer la démarche en magasin, les rendez-vous
- Définir les indicateurs clés de performance pour chaque canal.
- Mesurer la satisfaction client et améliorer sa fidélisation.



Validation

- Evaluation sommative : QCM fin de formation
- Evaluation formative : exercices, ateliers de travail



Tarifs

intra
Devis
10 participants
max

inter
2250 € HT