CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE MARKETING OMNICANALE

Élaborer et mettre en place un dispositif performant

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

BEST-OF

Ref. : C19CROSS

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1550 € HT

Repas inclus

L'omnicanal permet au client de percevoir l'acte d'achat comme une continuité, quel que soit le canal. Une stratégie omnicanale définit, exploite et combine les leviers off-line et on-line pour développer les ventes sur l'ensemble des canaux.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Paris

07 et 08 déc. 2023

- **07/12/2023 09:00 --> 08/12/2023 17:30 à Paris**
  - 07/12/2023 09:00 --> 07/12/2023 17:30
  - 08/12/2023 09:00 --> 08/12/2023 17:30

OBJECTIFS

- Saisir les enjeux et les bénéfices de l'omnicanal.
- Identifier les éléments clés d'une stratégie omnicanale réussie.
- Élaborer une stratégie pertinente pour son offre.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Directeurs, responsables marketing, marketing digital, e-commerce, commerciaux.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing et du digital.

COMPÉTENCES ACQUISES

Bâtir et déployer une stratégie marketing omnicanale.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Modules vidéos
Présentiel

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

E-quiz aval

PROGRAMME

Pendant
Construire une stratégie marketing omnicanale

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Quel canal de vente choisir ?
- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?

Mettre en place les conditions d'un parcours client personnalisé et fluide dans une logique omnicanale

- Différencier les notions de multicanal, cross-canal, omnicanal pour maîtriser les spécificités et enjeux d'une démarche omnicanale.
- Décrypter l'évolution des usages, comportements et tendances consommateurs pour identifier les nouveaux défis à relever.
- Cartographier les nouveaux parcours client pour déployer une gestion efficace de la relation client.
- Acquérir une connaissance et une vision unique du parcours client : la nécessité d'une stratégie CRM (Customer Relationship Management).

Développer un écosystème unifié pour garantir la fluidité son expérience client

- Web to store, store to web, web in store : créer des passerelles entre ses canaux pour assurer une continuité dans l'expérience client.
- Orienter ses clients vers le bon canal pour limiter son effort et apporter la réponse la plus pertinente.
- Mobile, marketing automation, réseaux sociaux prioritaires… : enrichir ses canaux existants pour améliorer leur taux de conversion.

Intégrer des dispositifs performants pour optimiser sa stratégie marketing omnicanale

- Tracker et analyser les données des étapes du parcours client pour garantir la cohérence de l'expérience globale.
- Décrypter son tunnel de conversion pour valoriser l'expérience client à chaque moment du parcours.
- Référencement, display, e-mailing, retargeting, comparateurs de prix : diversifier ses sources de visibilité pour rencontrer ses clients.
- Timing, forme, fond : élaborer un stratégie mobile-first pour relier l'ensemble du parcours client.

Mesurer et améliorer sa stratégie marketing omnicanale

- Définir les indicateurs clés de performance pour chaque canal.
- Évaluer ses campagnes marketing omnicanales avec les outils de Web Analytics.
- Identifier les segments clients à forts potentiels : décrypter la « life time value », par client/campagne/canal.
- Mesurer la satisfaction client pour améliorer sa fidélisation.
- Calculer le ROI de ses actions marketing omnicanales pour challenger son plan marketing.
- Allouer son budget marketing suivant la rentabilité de chaque canal.

INTERVENANTS

Raphaël DEWAN
DEWAN Raphaël

Laurent BENARD
Green Fox

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap