

Adopter une démarche commerciale omnicanale

Intégrer les nouveaux parcours clients dans sa démarche commerciale

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de construire et de déployer une démarche commerciale multicanale fluide et efficace.

PROGRAMME

Comprendre pourquoi l'omnicanal est devenu clé

- La transformation digitale et ses impacts sur les habitudes d'achats :
 - le client connecté, ses nouvelles attentes,
 - le parcours client omnicanal.

Analyser le parcours client et déterminer les points de contact commerciaux

- Diagnostiquer le parcours client : de l'expérience attendue à l'expérience perçue.
- Définir sa méthode de vente omnicanale.
- Identifier les points critiques à résoudre.

Piloter la multiplicité des canaux

- Offrir une expérience client positive et une relation commerciale fluide.
- Suivre et gérer l'information entre les contacts.
- Créer une relation de confiance et de proximité.

S'adapter aux spécificités de chaque canal de communication

- Adapter son discours et son mode de communication.
- Choisir le bon canal au bon moment pour communiquer avec son client.
- S'appropriier les spécificités des médias sociaux dans la relation client.

Assurer le succès de la démarche commerciale omnicanale

- Former et motiver les équipes commerciales autour d'objectifs communs.
- Favoriser les synergies et le partage d'informations entre les différentes équipes.
- Suivre et piloter les performances.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation

Retrouvez le programme complet de cette formation sur ism.fr

PERFECTIONNEMENT

Code : CANALVP

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la vente omnicanale.
- Identifier les points de contact commerciaux et mettre en place une stratégie omnicanale.
- Adapter le discours à chaque canal de communication.

PRÉREQUIS

Connaître les bases de la démarche commerciale et de la relation client.

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables commerciaux, responsables relation client, responsables marketing.

PLANNING

Paris

14 - 15 mars 2019

4 - 5 juillet 2019

25 - 26 novembre 2019

12 - 13 mars 2020