

Les clés de campagnes marketing omnicanales réussies

Délivrer une expérience marketing omnicanale fluide et unifiée

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'améliorer la performance de votre expérience marketing et de vos actions omnicanales.

PROGRAMME

Comprendre les spécificités du marketing omnicanal

- Appréhender le nouveau « customer journey » et le consommateur connecté.
- Panorama des outils et technologies au service du marketing omnicanal.
- Intégrer la complexité des canaux et points de contact.
- Prendre en compte les nouvelles contraintes légales : RGP, ePrivacy.

Élaborer des campagnes marketing omnicanales performantes par l'analyse de données

- Concilier données online, offline et dynamiques.
- Dessiner son parcours client 360° pour identifier les points de contact optimaux.

- Déduire et déclencher des scénarios personnalisés omnicanaux.
- Créer la « Next best action ».
- **Atelier** : segmenter son parcours client et créer des personas.

Doser la pression de ses campagnes marketing omnicanales

- **Atelier** : réseaux sociaux, publicité en ligne, print, mobile, email, magasin, chatbot... : établir la cartographie de ses leviers marketing omnicanaux.
- Avoir une vision globale de ses canaux marketing pour assurer la complémentarité.
- Optimiser ses ressources et prioriser ses actions marketing grâce au scoring.
- Travailler la pertinence et la cohérence de ses campagnes marketing omnicanales pour

le Zero Moment Of Truth (ZMOT).

- **Atelier d'écriture** : adapter sa rédaction au canal.

Monitorer ses campagnes marketing omnicanales

- S'appropriier les outils de Web Analytics.
- **Atelier** : décrypter la « life time value », par client/campagne/canal.
- Étudier ses résultats et calculer le ROI de ses actions marketing omnicanales.
- Attribution : affiner ses investissements marketing suivant la rentabilité de chaque canal.

MODULES DISTANCIELS

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

INITIATION

Code : ECANAL

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Performer avec ses campagnes marketing omnicanales grâce aux données.
- Associer avec efficacité les différents canaux et actions marketing on/off-line.
- Améliorer la rentabilité de ses actions on/off-line.

PUBLIC CONCERNÉ

Chefs de projet, marketing communication, chefs de produits.

PLANNING

Paris

31 janvier au 1^{er} février 2019
29 - 30 avril 2019
27 - 28 juin 2019
1^{er} - 2 octobre 2019
16 - 17 décembre 2019
27 - 28 janvier 2020