

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

## **Digital in-Store & Objets connectés in-Store**

### **Objectif de la formation**

- Etre capable de mettre en oeuvre une stratégie Digital in-Store opérationnelle incluant des solutions concrètes pour développer de nouvelles interactions en point de vente avec les clients
- Prendre connaissance de nombreux exemples concrets de retailers, de e-Commerçants et de marques, des boîtes à outils opérationnelles
- Mise en place de QCM interactifs sur smartphone

---

### **A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis**

Elle s'adresse aux responsables marketing et internet d'enseigne ou de marque, aux directeur de réseau de magasins ou directeur commercial souhaitant intégrer le Digital dans leur stratégie point de vente. Elle s'adresse aussi bien aux distributeurs, aux enseignes, aux e-commerçants et aux marques souhaitant développer et optimiser leur chiffre d'affaires en point de vente.

---

### **Progression pédagogique :**

#### **1. Présentation & méthodologie de la formation : Cas clients, QCM et boîtes à outils...**

- Présentation de la formation et l'intervenant, du contenu pédagogique et du déroulement de la journée
- Formation dynamique et interactive sera animée à l'aide de QCM sur smartphone (questionnaire en ligne)
- Elle sera prolongée par distribution de « Boîtes à outils » opérationnelles pour aller plus loin après la formation...

#### **2. Introduction sur Digital in-Store et des objets connectés in-Store**

- Le panorama des mutations de la distribution et de la « digitalisation » des clients.
- Principales définitions et implications opérationnelles pour vos entreprises : le « Showrooming », le « phygital », les objets connectés (IOT) in-Store, la digitalisation du point de vente, la digitalisation du vendeur, la géolocalisation et le géofencing...

#### **3. Les fondamentaux du Digital in-Store : équipements & usages « mobile first » des consommateurs**

- Décrypter les équipements -mobile, smartphones, tablettes, phablettes, wearables, objets Connectés- des consommateurs en France et dans le monde
- Comprendre et intégrer les nouveaux usages des consommateurs en point de vente et l'intégrer dans une stratégie de marque ou d'enseigne
- Les évolutions de la recherche et de la géolocalisation via les smartphones avec un focus particulier sur les « millennials »

#### **4. Mettre en oeuvre des interactions digitales en point de vente performantes : Best practice & Etudes de cas d'annonceurs et de marques.**

- Par quels moyens le digital peut-il enrichir la relation client avec les distributeurs et les marques en points de vente ?
- Mettre en place des outils pour analyser et mieux comprendre le trafic en point de vente
- Optimiser et fluidifier l'expérience en point de vente en enrichissant les services fournis aux consommateurs
- Comprendre et intégrer la dématérialisation des cartes de fidélité & du paiement mobile.
- Digitaliser le vendeur/conseiller pour enrichir la relation client en point de vente
- CAS PRATIQUES & BOITES A OUTILS : Cas pratiques dans l'univers de la grande consommation et de la distribution en France & à l'international. Mise à disposition de « boîtes à outils » opérationnelles.

## **5. Panorama des technologies digitales in-store & des objets connectés in-Store**

- Les grands principes de l'interaction in-store.
- Comprendre et exploiter le potentiel de ces différentes technologies en point de vente
- Panorama des technologies : Le Bluetooth / BLE, l'Ultrason, les QR codes, la reconnaissance d'image, NFC, le Wi-Fi...
- Les objets connectés in-Store : comprendre les implications pour les marques et les enseignes.
- CAS PRATIQUES & BOITES A OUTILS

## **6. La collecte de données en point de vente**

- Comment et dans quel cadre juridique effectuer la collecte de données en point de vente ?
- Les obligations en matière de protection des données
- Les principes de la déclaration auprès de la CNIL
- L'information du consommateur et la nature des données collectées

## **7. Conclusions et perspectives**

- « Speed Consulting » : questions & réponses personnalisées
- Mise à disposition de « Boîtes à outils » opérationnelles pour aller plus loin après la formation

La formation sera animée par Bertrand Jonquois

## **Les moyens pédagogiques**

### **Support de formation**

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

### **Locaux - Matériel fourni**

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

*CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.*

### **Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi**

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

### **Convention de formation**

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

### **Durée de la formation**

La durée totale de la formation est de **7 heures**.