

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

Magasins de demain : Parcours Client Connectés

Objectif de la formation

- Découvrir les grandes tendances en termes d'accueil et de service in-store, qui forgeront l'Expérience Client demain (les dispositifs relationnels les plus innovants, et déjà en place chez de nombreux industriels et retailers repérés en France et à l'Étranger, les dernières technologies pour en exploiter tout le potentiel, les usages attendus par les différents canaux in store - bornes, écrans, tablettes, applis mobiles, sites WEB, étiquettes électroniques, ...).
- Intégrer ces canaux dans une démarche d'innovation des Points De Vente Connecté, pensé en « cross canal », « omni canal »
- Se doter d'outils et de méthode pour concevoir, éprouver et sécuriser l'Expérience Client et les différents Parcours Clients au sein des Concepts de Vente Connectés de demain : sélectionner - parmi les dispositifs relationnels clé et innovants qui deviendront des standards demain - ceux qui sont adaptés à votre expérience et votre positionnement de marque, challenger les dispositifs relationnels déjà prévus : projeter et anticiper les Parcours de vos Clients Type (Persona), les flux en Point de Vente, en déduire les contenus, évolutions de postures de vente associées, maîtriser la communication interne, la conduite du changement & la formation requise autour de votre projet

Progression pédagogique :

1. DU CONTACT CLIENT À L'EXPÉRIENCE CLIENT

Fondamentaux, la différence entre...

- ... un contact client, la Relation Client et l' Expérience Client
- ... le multi canal, le cross canal, l'omni canal

2. A QUOI RESSEMBLERA L'EXPERIENCE CLIENT CONNECTEE DANS LES MAGASINS DE DEMAIN ?

1ères initiatives de Digital in Store, 1ers échecs : les raisons ?

Le Magasin de demain : nouvelle ambition, nouvelle vocation, un lieu de Conseil, de Rencontre, d'Emotion
Digital Efficace : les nouveaux enjeux pour que le Digital se mette au service de l'Expérience Client / Qualité de service
Collaborateur : optimiser et préparer la visite, qualifier le besoin client, diminuer les temps d'attente, orienter efficacement, orienter les flux, optimiser l'accessibilité au conseil / avis / au vendeur in-store, assurer l'objectivité des avis, l'accessibilité au produit & l'information associée en autonomie, personnaliser le conseil et les

contenus d'information, proposer une expérience d'immersion dans les bénéfices du produit, créer la relation, mettre en relation, stimuler l'acte d'achat...

Digital Efficace : quels dispositifs digitaux & quel potentiel d'usages au sein des Parcours Clients : Ecrans d'orientation & de projection en taille réelle, bornes d'accès ou de commande aux produits, Chat Vendeur, Call Back, Store Locators, Chat Bots, Réalité Virtuelle, Réalité Augmentée, QR Codes & NFC, beacon, objets connectés, Intelligence Artificielle au service du Vendeur... & usages associés

o Panorama des dispositifs relationnels devenus des standards de marché Observatoire des Tendances : un benchmark de près de 400 best practices & innovations en termes de dispositifs relationnels, en place en France ou à l'Étranger pour stimuler votre créativité.

Pionniers de l'Expérience Client : panorama des nouveaux concepts de vente en « phygital », boutiques connectées

Incidences sur les relations marques industrielles fournisseurs / distributeurs, sur les postures de vente en boutiques, nouveaux métiers terrain

3. IMAGINER LA BONNE EXPÉRIENCE CLIENT ?

Formuler l'ambition liées à l'Expérience Client

4. SÉLECTIONNER LES BONS DISPOSITIFS RELATIONNELS, ÉPROUVER VOTRE CONCEPT

Modéliser les parcours clients de demain tenant compte des évolutions à venir dans les Points de Vente, construire votre future Expérience Client & innover, ou bien ajuster le concept de vente initialement prévu en le mettant à l'épreuve de la technique de projection des Parcours Clients :

Reconstituer l'environnement In Store : espaces, dispositifs digitaux connus ou à venir & acteurs terrain

Sur la base d'une trame pré-établie, valider les étapes du Parcours Client

Identifier les Personna pertinents

Projeter les Personna dans l'Expérience Client de demain : sélectionner, formaliser ou réajuster les dispositifs relationnels pertinents, performants & faisables

Atelier pratique : modéliser un ou plusieurs parcours client in-store, ré-hausser un parcours existant

5. SUSCITER LA CRÉATIVITÉ DES ÉQUIPES, OBTENIR LE CONSENSUS : ASTUCES D'ANIMATION DES RÉUNIONS EN MODE COLLABORATIF

Animation de groupe pour travailler en mode collaboratif

Modéliser ses recommandations d'évolution : de l'expression des besoins préalable aux développements, à la formation des équipes de vente, préalable au lancement

6. COMMUNIQUER EFFICACEMENT EN INTERNE AUTOUR DE VOTRE PROJET : ASTUCES DE FORMALISATION POUR PRÉSENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT DE DEMAIN

- Les outils facilitant le dialogue et la coordination interne, la formation des équipes de vente

La formation sera animée par Nathalie Innocenti

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**.