

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

Perfectionner ses parcours clients en cross / omni canal

Objectif de la formation

- Comprendre le périmètre et la technicité du multi, cross et omni canal
- Intégrer les étapes du parcours client connecté
- Maîtriser les outils et les leviers de la performance commerciale
- Concevoir une stratégie de distribution cross canal adaptée aux enjeux de son entreprise

Cette formation est recommandée pour des personnes souhaitant renforcer leurs compétences en matière de commerce connecté. Elle explore les techniques permettant une meilleure performance commerciale et une amélioration de l'expérience client en boutique.

A qui s'adresse cette formation ?

- Chef de projet e-commerce
- Responsable retail marketing
- Direction opérations retail

Pré-requis :

- Connaissance des fondamentaux du commerce et e-commerce
- Compréhension des enjeux du parcours client

Progression pédagogique :

Premier jour

1. Les fondamentaux du commerce connecté

- Définition des enjeux
- Les différents canaux de distribution, physiques et online
- Les chiffres clés du retail et du e-commerce
- Les stratégies multi canal, cross canal et omni canal

2. Les éléments de l'expérience client

- La digitalisation du retail
- Les nouveaux rôles du conseiller de vente connecté
- Le « web to store » et le « store to web »
- Quels outils digitaux au service de l'expérience client ?
- Réalité Augmentée et Réalité Virtuelle : état des lieux et perspectives

3. Les leviers de la performance commerciale

- Analyse du trafic
- Les KPI du e-commerce
- Up selling & cross selling

Deuxième jour

4. Construire un parcours client cross / omni canal

- État des lieux des parcours existant : identifier les irritants et facteurs de frustration
- Établir les objectifs et enjeux
- Déterminer le périmètre du nouveau parcours client : complémentarité des canaux
- Construire un persona et le confronter aux scénarios clients
- Formaliser les grandes étapes : acquisition de trafic, welcome, gestion de l'attente, qualification des besoins, diagnostic, proposition, closing, fidélisation et prise de congé.
- La captation de data, un enjeu essentiel
- Le rôle des applications et du smartphone lors du processus d'achat in-store
- Le rôle actif et proactif des équipes retail
- Clienteling et personnalisation de la relation
- Les réseaux sociaux au service de la relation client : le social selling
- Assistance et service après-vente
- Mesurer sa capacité à créer des promoteurs : NPS et mystery shopping

5. Les facteurs de réussite

- Impliquer les équipes
- Mettre en place un plan de formation
- Motiver et partager les best practices
- Donner du feedback et challenger

6. Mise en pratique (ateliers)

- Analyser des cas concrets de parcours client
- Établir un persona pertinent
- Modéliser un parcours client cross / omni canal
- Construire un plan de déploiement sur l'ensemble des canaux
- Identifier les leviers de performance

La formation sera animée par David Guggenheim

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 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.