

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés
du dispositif 2018 - 2019

100 %

FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

FORMAT DE LA FORMATION

Possibilité de réaliser la formation en Inter ou en Intra et en continu ou discontinu.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Apprendre à concevoir une stratégie cross-canal performante et adaptée à son entreprise tenant compte du changement de canaux de consommation

- les différentes stratégies multicanal,
- les méthodes et les outils pour mettre le client au cœur de sa stratégie en fonction de son parcours d'achats et mesurer la qualité de son intégration et sa cohérence.

PRÉ REQUIS

Maîtriser Indesign, Photoshop, la gestion de base de données dans Excel

DURÉE

14 heures.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

½ Journée n°1 – Le Cross-Canal c'est quoi ?

- Les différents canaux : Web, magasin, catalogue, réseau social, mobile, mailing et emailing, médias classiques...
- Comprendre le passage du monocanal au cross-canal et à l'omni-canal.
- Découvrir les nouveaux usages et les tendances du cross-canal.
- Appréhender la notion de parcours clients.
- Identifier les impacts côté clients : la perception des différents univers de la marque.

½ Journée n°2 – Comprendre l'impact de la multiplication des canaux d'information pour le client

- Assimiler les impacts côté marchand : l'organisation interne et les modes de fonctionnement.
- Gérer efficacement la multiplication des interactions avec les clients et exploiter les synergies.
- Fixer des objectifs clairs, qualitatifs et quantitatifs.
- Identifier et cartographier les différentes étapes du parcours clients.
- Déterminer les critères de segmentation et les habitudes de fréquentation des canaux.

½ Journée n°3 Déployer une stratégie Cross-Canal efficace

- Optimiser l'expérience client (UX) à chaque étape du parcours.
- Mettre en avant des canaux adaptés : applis, site, points de vente...
- Mettre en œuvre la complémentarité des canaux.
- Planifier une stratégie cross-canal : modes de gestion, acteurs, rétro-plannings...
- Optimiser les ratios coûts/canal et la valeur client.

½ Journée n°4 – Mise en place d'outils pour une organisation Agile

- Comprendre la mise en place nécessaire d'une organisation agile de l'entreprise.
- Identifier les impacts du mode de gestion partagée sur l'organisation de l'entreprise.
- Savoir mesurer la satisfaction client.

LIEU

Inter : Lycée Maryse BASTIE – 29, rue Louis Armstrong – 87065 LIMOGES

Intra : dans l'entreprise sur demande

ÉVALUATION

Mise en place d'attestation de compétences à partir des référentiels de formation et / ou E-cographic.

CONTACTS

GRETA du Limousin :

Suivi administratif : Nathalie LALLEMAND.

Téléphone : 05 55 12 31 02

Email : nathalie.lallemand@ac-limoges.fr

Conseillère en formation continue : Joëlle DESMOULIN

Email : joelle.desmoulin@ac-limoges.fr