

✓ Objectifs

- Comprendre l'omnicanalité du parcours client
- Savoir conseiller un client dans une approche omnicanale
- Agir sur toutes les étapes du parcours client pour améliorer satisfaction et fidélisation

✓ Public/pré requis

Vendeurs/vendeuses, commerciaux

✓ Modalités pédagogiques

100% à distance, accompagné par un formateur.

✓ Evaluation

Quiz de connaissance

✓ Nombre de participants

Maximum 6 en classe virtuelle

✓ Livrable

Attestation de fin de formation

1. Introduction

Les changements de la Vente en points de vente depuis le développement du e-commerce

2. Comprendre les nouveaux comportements d'achat

- Les nouveaux moyens de vente : Web to store, mobile to store, click and collect, store locator, ...).
- Le développement du phygital.
- Les nouvelles attentes, les nouveaux comportements des clients.

3. Utiliser chaque canal de manière adaptée

- Communiquer sur les Réseaux sociaux
- Créer une communauté de fan sur le web.
- Encourager les clients satisfaits à mettre leur expérience en ligne.
- Mener des campagnes SMS / E-Mailings
- Savoir renseigner le client en utilisant les outils digitaux
- En Magasin, enrichir l'expérience client à travers des expériences sensorielles et olfactives pour susciter les émotions.

4. Utiliser l'approche connectée pour améliorer le parcours client et accroître ses ventes

- Décomposer les étapes du parcours d'achat
- Enrichir le parcours d'achat d'une expérience omnicanale pour booster ses ventes..
- Utiliser l'omnicanal pour davantage satisfaire vos clients en créant plus de valeur ajoutée (limitation des temps d'attente, possibilité de personnaliser ses achats, gérer des réservations, vérifier les disponibilités, ...)
- Fidéliser ses clients à travers une approche digitale (communauté sur les réseaux sociaux, campagne SMS/Emailing, programme de fidélité,...).

5. Construire son plan d'action

- Mettre en place un plan d'action en fonction de ses moyens et de ses objectifs.