

Découvrir les technologies de rupture à venir dans le commerce

Après une opposition entre la vente en ligne et le commerce traditionnel, la tendance est à la convergence des canaux de distribution physiques et digitaux. Maîtriser les concepts et le vocabulaire associés aux nouvelles pratiques est un préalable pour évaluer les possibilités offertes par les dispositifs numériques. Cette journée de formation doit permettre d'identifier les applications possibles du numérique au sein des activités marchandes à court terme, et de se projeter à moyen et long terme sur les ruptures technologiques qui pourraient modifier les modèles économiques des entreprises relevant du commerce.

Objectifs

- Identifier les technologies de rupture dans le commerce et leur utilité : géolocalisation, flux...
- Comprendre comment les nouvelles technologies peuvent être un déclencheur
- S'initier aux opportunités de l'Intelligence Artificielle
- S'approprier des bonnes pratiques pour identifier l'interaction des technologies de rupture avec les enjeux du commerce.

Prérequis et nombre minimum 4 et maximum 12 stagiaires

- Aucun pré-requis.

Public

- Tout employé d'une entreprise concerné par les technologies de rupture dans le commerce, tout cadre de l'entreprise.

Durée (Intégrant 1 pause matin et après-midi et pauses déjeuners), dates et lieux

- 1 journée : 9h00-17h00 - 7 heures – dates/lieux : <https://www.valnaos.com/>

Moyens : pédagogiques, techniques et encadrement

Projection du cours sur vidéoprojecteur. Le support et la formation sont en langue française. Le support est livré sous PDF ainsi que le livre blanc « Les points de vente s'emparent du numérique » édité par l'ENE. Le cours est théorique à 70% et 30% pratique avec des discussions, partage d'expérience et étude de cas pour valider les acquis de formation. Un accès à notre plateforme permet de télécharger tous les documents utiles à la formation. Prévoir pendant la formation votre smartphone/pc pour vous connecter. L'accès Wifi vous est fourni. Le formateur est un consultant terrain avec plus de 15 ans d'expérience et/ou certifié et accrédité pour délivrer la formation.

Moyens d'évaluation, déroulement de l'examen et validation de la formation

- Des quizz sont proposés pour évaluer vos connaissances, compétences
- Pas d'examen
- Une attestation de formation est délivrée en fin de formation

Programme

Comprendre la mutation des usages clients et des systèmes de distribution : Dresser un panorama des mutations de la distribution et des points de vente, du e-commerce et du m-commerce - Comprendre la transformation des usages et des recherches sur Internet via les smartphones - Étudier les concepts clés, principales définitions et implications opérationnelles pour votre entreprise : RoPo, Multicanal, Omnicanal, Showrooming, Web to Store, Mobile to Store, Digital in Store, géolocalisation, géofencing, SoLoMo...

Relier l'évolution des équipements avec les nouveaux usages : - Quels sont les principaux changements dans l'équipement numérique des consommateurs et les nouveaux usages associés - Décrypter les équipements –smartphones, tablettes, phablettes- des consommateurs en France et dans le monde - Faire le point sur les différentes techniques et les évolutions de géolocalisation pour les consommateurs, pour les marques et les distributeurs - Comprendre et intégrer la révolution des usages via le smartphone dans votre stratégie de marque

Faire venir les prospects en point de vente via le web et le mobile : Identifier et cartographier les leviers digitaux à actionner pour faire venir des prospects sur vos points de vente - Comment optimiser votre « store locator » pour faire venir des clients en point de vente- Comprendre et intégrer les évolutions du « Click & Collect » et du « drive » dans votre stratégie de conquête- Mettre en place et analyser des campagnes publicitaires, promotionnelles ou de couponing « drive to store »- État des lieux des bonnes pratiques- CAS PRATIQUE Dans l'univers de la grande consommation et de la distribution

Faire revenir les clients en point de vente via le web et le mobile : Les composants web et mobile à intégrer dans votre stratégie de fidélisation : sms, emailing, réseaux sociaux, etc.- Techniques pour bien utiliser le SMS dans votre stratégie digitale pour informer et fidéliser vos clients et optimiser la collecte des numéros de mobile en point de vente- Appréhender et optimiser les différentes possibilités de l'e-mail - Comprendre et exploiter le potentiel des applications mobiles et du « push notification » dans la gestion de votre relation client - Adapter et optimiser sa stratégie sur les réseaux sociaux - CAS PRATIQUE Dans l'univers de la grande consommation et de la distribution

Anticiper l'évolution des technologies et leurs impacts sur votre stratégie de distribution et d'animation des points de vente : Identifier les principales solutions digitales pour le magasin du futur - Quelles interactions mobiles en point de vente : Beacon, Wifi, ultrason, Eddystone...- Le potentiel de la technologie NFC pour les marques et les distributeurs - La révolution du paiement mobile et le futur du coupon mobile - Anticiper les enjeux liés à l'utilisation du mobile in store - Dresser un état des lieux des points de vente digitalisés et des nouveaux supports de vente : QR codes, murs digitaux, écrans in store, digitalisation du vendeur - Comment faire de votre point de vente un espace de communication et d'expérience utilisateur