

Monter en compétences pour...

## PILOTER SA STRATÉGIE DIGITALE OPTIMISER L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE AU DIGITAL

### Les objectifs de la formation

**À l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :**

- Monter pragmatiquement en compétence pour créer une véritable stratégie de vente digitale, et aborder la relation commerciale avec les clients de la bijouterie, dans ses processus d'achat, via son site marchand
- Monter en compétence pour animer en boutique des animations de vente avec vos clients, via le site marchand
- Créer des campagnes promotionnelles et de fidélisation liées aux processus d'achat sur le site marchand
- Améliorer le référencement naturel du site (SEO) avec des liens notamment une relation client via l'interaction la fiche Google entreprise

### À qui s'adresse la formation ?

- Public concerné : dirigeants, responsables et salariés en charge la relation client et la communication digitale de l'entreprise
- Prérequis : être à l'aise à titre personnel ou professionnel avec les plateformes des RS, disposer de comptes, profils, pages ouverts, d'un outil d'administration de site type Wordpress, d'une solution de mailing.

Monter en compétences pour...

# PILOTER SA STRATÉGIE DIGITALE OPTIMISER L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE AU DIGITAL

Durée : 2 jours (soit 14h)- Organisée en intra

Maximum 10 participants par session

## Avant la formation

- Analyse des besoins spécifiques en lien avec le contexte des participants

## Contenu de la formation

### *Jour 1 : optimiser le parcours client/ l'expérience client grâce au digital*

#### **Comprendre l'impact du digital sur les clients**

- Identifier toutes les composantes de l'expérience client.

#### **Utiliser le potentiel du digital**

- La digitalisation du point de vente, l'expérience client cross-canal, les outils digitaux.

#### **Construire une nouvelle expérience client**

- Décrire et prioriser les services et fonctionnalités.
- Modéliser des scénario pertinents.

#### **Piloter l'expérience client**

- Les indicateurs de résultat à définir.
- Recueil de données et tableaux de bord.

### *Jour 2 : E-marchandising*

#### **Comprendre le e-merchandising**

- Parler à ses clients ET à Google.

#### **La Page résultat de recherche fiche entreprise**

- Le moteur de recherche google
- Les mots clés : des requêtes clients aux propositions de Google
- La relation client : avis, note, produits, l'interactivité avec la fonctionnalité questions, les boutons de clic to Action.
- Améliorer l'expérience client (CX)
- Comprendre le tunnel de commande
- Optimiser l'entonnoir de conversion

Monter en compétences pour...

# PILOTER SA STRATÉGIE DIGITALE OPTIMISER L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE AU DIGITAL

## Suivi et évaluation

- Une fiche d'évaluation à chaud sera complétée par chaque participant à l'issue de la formation

## Méthode pédagogique

### Méthode participative qui alterne des moments

- D'apports théoriques amenés par le consultant sous forme de tuto simples, pratiques,

De mises en situation concrètes en ateliers sur les différents enjeux, techniques, supports abordés

- De production d'exercices, de contenus entre les séquences par les stagiaires
- De fourniture de supports et d'outils type excel, power-point

La pédagogie s'appuie sur le contexte professionnel des participants (un audit a été réalisé préalablement). Ce fil conducteur permet aux participants d'utiliser et de s'appropriier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

## Validation

Attestation de suivi de la formation remis à l'issue de la formation

## Tarifs et contact

Forfait Présentiel : 1000€ht/jour + frais de déplacement selon le barème indiqué dans le devis

Forfait Classe à distance : 900€ht/jour

Forfait préparation contenus et élaboration de supports pédagogiques dédiés 300€HT

Contactez Sophie Romanens pour obtenir un devis plus adapté à votre projet:  
**s.romanens@hubconseil.fr**