# FORMATION CONSTRUIRE LA STRATÉGIE MULTI, CROSS ET OMNI CANAL DE SON ENTREPRISE



- Présentiel ou distanciel
- Paris, France ou International
- ① 14 heures soit deux journées
- ☐ E-learning sur demande
- Inter, intra, coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 3 à 12 personnes
- ♦ Référence 20201497

## **Objectifs**

- Etre capable d'intégrer les évolutions du web dans l'élaboration d'une stratégie multicanal
- Savoir choisir les bons canaux en fonction du brief et des objectifs marketing
- Pouvoir développer une stratégie digitale multi, cross et omni canal
- Mettre en place les indicateurs de performance

#### **Formateur**

Notre formateur, expert en canaux de vente, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 10 ans.

## Prérequis de la formation

Connaître les fondamentaux du marketing

Connaître les fondamentaux du Web

## À qui s'adresse cette formation?

Des Directeurs communication, des Directeurs marketing, des Assistants marketing ou communication, des Chefs de projet, des Chefs de produit, des Chefs d'entreprises qui débutent sur le web...

### **Présentation**

Le web a consacré le multicanal, à savoir la multiplication des canaux de vente. Mais c'est le cross et l'omni canal qui apportent aujourd'hui un parcours client satisfaisant au consommateur. Directeurs de la communication et directeurs marketing n'ont aujourd'hui plus d'autre choix que d'optimiser stratégie et messages afin de s'adapter aux nouveaux comportements d'achat.

Dans ce contexte, comment concevoir une stratégie de communication et de marketing digital qui répond aux nouveaux enjeux? Multi, cross et omni canal sont les nouveaux concepts et réalités à maîtriser afin de construire une stratégie digitale qui tienne non seulement compte du parcours client et de toutes ses facettes, mais aussi du nouveau positionnement de consom'acteur de celui-ci.

La Digital Academy, vous propose cette formation, afin de comprendre le périmètre du multicanal et la différence entre multi, cross et omnicanal.



**Digital Academy**17 rue du Faubourg Montmartre
75009 Paris

**09 77 21 53 21** appel non surtaxé du lundi au vendredi de 9h30 à 18h

contact@digitalacademy.fr

## **Programme**

#### Multi, cross ou omni canal?

- Définitions et schématisation
- Illustrations
- Principaux indicateurs de résultats

#### Relation client en multicanal

- L'avènement du consom'acteur: un individu hyper connecté, participatif et collaboratif
- Les réponses stratégiques des marques: une approche centrée sur une connaissance du client à 360°
- Les leviers du marketing multicanal : segmentation, personnalisation, fidélisation

#### Présentation de la matrice digitale

- Les objectifs d'une stratégie de communication multicanal
- Les différents leviers digitaux au regard des objectifs (informer, recruter, fidéliser, interagir)
- La matrice : mixer tous les canaux de la relation client à la vente

# Présentation de deux stratégies de marque

- Une stratégie de CRM
- Un écosystème global
- Cas pratique

## Quelle est la méthodologie pédagogique employée?

Apport d'expertise du formateur, quiz, travaux pratiques, atelier, échanges d'expérience.

## Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié







Satisfaction de nos apprenants en 2019

www.digitalacademy.fr