

Programme

Multi, cross ou omni canal ?

- Définitions et schématisation
- Illustrations
- Principaux indicateurs de résultats

Relation client en multicanal

- L'avènement du consommateur: 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



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

www.digitalacademy.fr