

Découvrir les technologies de rupture à venir dans le commerce

1 j (7 heures)

Ref : TNTC

Public

Personnel de direction salarié, Personnel d'encadrement (responsable projet...), Représentant du personnel

Pré-requis

Aucun

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Présentation de concepts, Etudes de cas et démonstrations
Présentation d'entreprises ayant intégré de nouvelles technologies dans le cadre de leur activité
Support de cours remis à chaque stagiaire
Vidéoprojecteur
Support de cours remis à chaque stagiaire : memento rappelant des grands concepts abordés en formation,
Livre blanc

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

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 formation vous permettra 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

Comprendre les nouveaux concepts de web in store, store to web, web to store, etc...
Connaître les technologies de géolocalisation en magasin et l'analyse de flux
Appréhender les possibilités de l'intelligence artificielle et l'aide au choix ou à l'achat
Identifier les bonnes pratiques sur l'utilisation de dispositifs interactifs en point de vente

Programme détaillé

LES 6 CHANGEMENTS MAJEURS DU RETAIL

Mobile, paiement, magasin, réalité virtuelle, logistique, data – les 6 tendances lourdes

EN MAGASIN ET AU-DELA, OMNICANAL ET MULTICANAL REDEFINISSENT L'EXPERIENCE CLIENT

Web in store, store to web, web to store – les combinaisons se croisent et réclament une expérience client intégrée et fluide

ROPO – off-line et on-line se complètent, moteurs de recherche et retail également

Dispositifs interactifs en point de vente, réalité virtuelle : l'espace du magasin et la relation client « physique » à réinventer

LE MOBILE DE VOS CLIENTS, UN FORMIDABLE OUTIL D'AMELIORATION DE LA RELATION

Notification et identification par Bluetooth, WiFi, ultrasons – possibilités et limites

Quand l'analyse de flux permet d'améliorer le service et le conseil en magasin

Le développement du m-commerce et l'impact sur les sites e-commerce et le marketing digital

Démonstration d'alertes Bluetooth et GPS sur smartphones

BIG DATA, INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET AMELIORATION DES VENTES

Utiliser les historiques client pour mieux mettre en avant des produits pertinents

Le reciblage en marketing digital

Démonstration communications en reciblage

PAIEMENT ET LOGISTIQUE – DEUX GRANDS CHANGEMENT DANS LE MAGASIN

Avec ou sans caisse, avec ou sans cash : les évolutions du paiement en magasin

Amazon livre dans votre domicile, Target commande en ligne pour vous les articles indisponibles : achat et logistiques bougent