

Retail : digital et relation client en magasin

Appropriiez-vous le digital pour enrichir l'expérience client et booster vos ventes

MODALITÉ
action de formation
100% en ligne

Objectifs

- Développer les compétences indispensables de la relation client dans un commerce spécialisé
- Intégrer l'impact du digital sur la vente et la relation client en commerce spécialisé omnicanal
- Identifier le nouveau rôle du vendeur et les nouvelles compétences dans les métiers du retail
- Comprendre les évolutions des comportements d'achat induits

Points forts

- Réalisez des activités pratiques au coeur des problématiques quotidiennes du vendeur 2.0
- Découvrez un large panel d'outils pour améliorer le trafic, les ventes et la fidélisation
- Faites-vous accompagner par des professionnels aguerris de la distribution spécialisée et de la transformation digitale
- Découvrez les innovations au coeur de la métamorphose du secteur de la distribution

 Temps estimé : 12h

 Sessions : contactez-nous au 01 85 08 92 75

Programme

PARTIE 1

L'évolution du retail et le nouveau rôle du vendeur

- Les évolutions des consommateurs
- Les nouvelles attentes des clients en magasin
- Le magasin de demain
- L'évolution du métier de vendeur en magasin
- Développer son esprit omnicanal

Activité(s)

- À partir des caractéristiques d'une marque, imaginer le magasin idéal de 2022

PARTIE 2

L'impact des outils digitaux pour générer du trafic en magasin

- Présentation des outils digitaux *drive to store*
- Tirer profit de ses outils dans sa relation client
- Comprendre les attentes du client *click & collect*
- Optimiser l'impact du *click & collect*
- Comprendre les attentes du clients de la e-réservation

Activité(s)

- Établir le comportement adéquat en boutique à partir d'actions marketing

PARTIE 3

L'impact des outils digitaux pour optimiser l'expérience client en magasin

- Présentation des outils digitaux en magasin
- Vendre un produit sur tablette ou écran
- Intégrer l'interaction digitale dans sa relation client
- Enrichir son *storytelling* avec la réalité virtuelle ou la réalité augmentée
- Profiter du paiement mobile pour entrer en contact avec le client

Activité(s)

- Trouver les technologies qui peuvent enrichir et optimiser l'expérience client

PARTIE 4

L'impact des outils digitaux pour fidéliser

- Présentation des outils digitaux de fidélisation
- L'impact du *clienteling* sur la relation client
- Les informations utiles à connaître du client
- Comment obtenir avec tact ces informations ?
- Quels sont les différents axes de suivi ?

Activité(s)

- Imaginer les événements adéquats pour une enseigne sur une année

+2 modules bonus : La responsabilité sociale et environnementale et La vente et le service interculturel

Public

Vendeurs - Responsables de points de vente - Responsables régionaux - Responsables digitaux et porteurs de projets digitaux auprès d'équipes de vente - Toute personne du commerce spécialisé impliquée dans son évolution et celle de ses équipes

Prérequis

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation, elle est accessible à tous. Une expérience en vente et une connaissance du commerce spécialisé permettent de mieux profiter de la formation.

Modalités d'évaluation : un questionnaire est proposé à la fin de chaque module, ainsi qu'un examen final à l'issue de la formation.

Formateur(s)



Eric Pestel

Co-fondateur en 2000 de [LOOKADOK] société internationale de formation dédiée à l'optimisation des performances des points de vente du commerce spécialisé, Eric Pestel accompagne les équipes pour mettre en exergue toutes les expertises du m

Dernière mise à jour en février 2026.