

PROGRAMME

Introduction

1. Qu'est-ce que le drive-to-store et à qui s'adresse-t-il ?

- Origine et évolutions du concept de drive-to-store

Quiz vocabulaire : RoPo, Phygital, drive-to-store, SoLoMo...

- Modes de distribution des marques et mutations

2. Comportements consommateurs : quelles expériences online pour la recherche locale sur internet ?

- Le mobile, device ROI du local marketing

Atelier : études de cas des comportements consommateurs

3. Visibilité du point de vente

- Location data et présence management

Atelier : Google My Business (posts, avis)

- Mettre en place un Store Locator performant et optimisé SEO

4. Le point de vente, véritable plateforme de marketing digital local

- Engager le réseau et ses distributeurs et aligner les points de vente avec le marketing national

- Quels outils pour connecter ses points de vente : la digitalisation de la fonction trade marketing

5. Engager les consommateurs localement grâce aux réseaux sociaux

- Les techniques d'inbound marketing appliquées au local business

Atelier : Publiez des contenus avec un reach de 200%

- Créer et décliner ses contenus sociaux en centaine de contenus personnalisés
- Exemples de campagnes Facebook portées par les points de vente

6. Les leviers de génération de trafic drive-to-store : faire venir et revenir

- La publicité et la promotion géolocalisée : géofencing et mobile ads

- Déployer sa stratégie de relation client avec l'emailing et le SMS

- Focus sur le shopper en mobilité (campagnes Waze)

Atelier : Mettre en œuvre sa campagne de couponing nationale et locale

Conclusion et évaluation

DESCRIPTION

Une journée de formation pour identifier les facteurs clés de succès et les leviers digitaux à mettre en œuvre pour générer du trafic en points de vente

COMPÉTENCES VISÉES

- Faire venir des prospects ciblés et faire revenir les clients en magasin
- Mettre en œuvre les leviers marketing « pull » de visibilité locale
- Faire de son point de vente l'ambassadeur digital de la marque
- Créer une expérience fluide pour le consommateur

PUBLIC

Toute personne impliquée dans la stratégie retail, trade et acquisition online

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1140 euros HT

INTERVENANT

Matthieu RAIFFE, COO - PLACELoop

DATES

2 avril 2019

21 octobre 2019

