

Élaborer une stratégie digitale et omnicanale en local

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Analyser le comportement du consommateur local et définir des personas

- Décrypter les parcours d'achat et les attentes spécifiques des clients locaux
- Maîtriser les fondamentaux de l'IA pour la stratégie digitale locale

Atelier : Diagnostic des points de contact clés et création de personas dynamiques

2. Optimiser son référencement local (SEO) et son Google Business Profile

- Mettre en œuvre des stratégies de contenu SEO local optimisées par l'IA

Atelier : optimisation de contenu local et gestion des avis avec des outils IA

- Quels contenus pour attirer en PdV ?

3. Publicité digitale en local

- Optimiser des campagnes Google Ads
- Déployer des campagnes Social Ads (Meta)
- Emailing et SMS Acquisition
- Achat média programmatique : display mobile, desktop géolocalisé, DCO

Atelier : optimiser une campagne Google Ads (Pmax) avec l'IA

JOUR 2

4. Le point de vente : digitalisation, expérience augmentée et fidélisation

- Enrichir l'expérience client en magasin

Atelier : animer son réseau local (communication et programmes de fidélisation)

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 190 € HT

INTERVENANTS

Kevin HASSAN, Sales team lead - Azerion

Pierre RODRIGUEZ, CEO - Lead et Cie

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

5. Marketing de contenu Social Media en local pour engager et convertir

- Identifier les sujets pertinents avec l'IA
- Créer du contenu éditorial optimisé (ChatGPT, Gemini AI)

Atelier : développer un plan de contenu drive-to-store

6. Mesurer, analyser et piloter sa stratégie locale

- Utiliser l'IA pour l'analyse prédictive et l'optimisation continue des performances
- Réfléchir sur les bonnes pratiques et considérations éthiques de l'IA

Atelier : élaborer une stratégie web-to-store et définir ses KPI

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour appréhender et intégrer le digital et l'omnicanal dans son activité.

COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser les nouveaux comportements des consommateurs locaux
- Maîtriser les stratégies digitales locales et omnicanales, et savoir utiliser l'intelligence artificielle pour optimiser le trafic et les conversions
- Appréhender les techniques de mesure de performance omnicanales

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Tous publics concernés par le retail physique et la génération de trafic en point de vente.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

 **sur place ou à distance** 



Photo de LDprod sur Shutterstock