

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 le prospect en point de vente ?

3. Publicité digitale en local

- Configurer et optimiser des campagnes Google Ads (Smart Bidding, PMax)
- 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 (assistants virtuels, recommandations personnalisées)

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 190 euros HT

INTERVENANTS

Kevin HASSAN, Sales team lead - Azerion
Pierre RODRIGUEZ, CEO de Lead et Cie

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

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

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, GeminiAI)

Atelier : développer un plan de contenu drive-to-store (génération d'idées, aide à la rédaction, création de visuels simples)

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 en point de vente
- Appréhender les techniques de mesure de performance omnicanales

PRÉ-REQUIS 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

EN SUR PLACE OU À DISTANCE



Photo par LDprod sur Shutterstock

CH:1 Stratégie marketing digital | MKT8

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu