



**Durée formation :**  
2 jours (15h)  
En présentiel



**Public visé :**  
6 à 8 personnes  
salariés de l'entreprise

► Agences de communication, communicant(e)s, responsables communication - marketing, chefs de projet, entreprises souhaitant mettre en place une véritable stratégie retail marketing orientée customer centric.



**Intervenant(e) :**  
Sophie Dupuy



**Coût de la formation :**  
4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur  
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.



**Supports :**  
Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

## Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser les nouvelles attentes des individus et des consommateurs dans le secteur du commerce de détail.
- Explorer les principes et les définitions du retail marketing et les enjeux du commerce aujourd'hui.
- Concevoir une stratégie retail marketing basée sur l'expérience client avant, pendant et après la vente.
- Identifier les leviers d'acquisition et de fidélisation client.

## Objectifs pédagogiques

- 1 Découvrir les enjeux du retail, les principes d'un marketing et d'une communication orientée customer centric.
- 2 Apprendre une méthode et des concepts afin d'élaborer une stratégie spécifique au retail.
- 3 Évaluer les besoins du marché, les biens fondés d'un dispositif de retail marketing et mesurer son impact.

## Méthodes pédagogiques

La méthode pédagogique alterne des présentations théoriques, des analyses de communication classique et customer centric et des mises en situations individuelles ou en groupe afin d'évaluer et de maîtriser les outils et méthodes proposées.

## Modalités d'évaluation

QCM à la fin de la formation.

# Programme de la formation

## - Jour 1 -

### Vision des enjeux :

- Le Retail Marketing : définition et intérêt
- Les tendances du marché du retail post crise, dans le monde
- Les nouveaux modes de consommations et les enjeux pour les professionnels du commerce
- La prise de conscience du retail de demain

### Définition de la stratégie retail marketing :

- Les étapes fondamentales à une bonne stratégie retail marketing
- La communication nationale et l'importance du multi-local

### Les marques novatrices et inspirantes à connaître

### Vers une expérience client omnicanale :

- Du multicanal jusqu'à l'omnicanal
- Le commerce unifié, tout le monde en parle mais personne n'y est !

## - Jour 2 -

### L'émergence de la culture communautaire et l'e-réputation :

- La transformation des réseaux sociaux avec l'avènement du mobile
- Les réseaux sociaux et les marques
- Animer les communautés
- L'e-reputation
- L'enjeu de la fidélisation

### Les challenges business du moment :

- Les nouveaux paiements
- L'utilisation de la data
- Le parcours client agile
- L'innovation marketing
- Le marketing BtoB
- Les marketplaces
- Le commerce omnicanal
- La logistique



## Sophie Dupuy

Après avoir dirigé le service marketing et communication de Grand Litier pendant 11 années, Sophie est aujourd'hui consultante et spécialiste retail. Son domaine de prédilection est la communication stratégique et opérationnelle : stratégie d'enseigne, communication 360°, optimisation du parcours client, omnicanalité, inbound marketing, stratégie web-to-store et e-commerce,... Aussi formatrice dans les écoles de commerce, elle aborde tous les secrets de la stratégie de communication.