

obe^a



DIMANCHE 14 DECEMBRE 2025

www.obe.fr

Développer une stratégie omnicanal

OBJECTIFS

- Comprendre l'omnicanalité
- Appréhender les comportements clients pour optimiser la relation
- Fluidifier le parcours client pour être plus efficace et augmenter la satisfaction

PUBLIC

Managers, DG

PROGRAMME

1- Du multi-canal à l'omnicanal - contexte et enjeux

- Multi-canal, cross-canal, omnicanal: évolutions et conséquences
- La nécessité d'avoir une vision 360° des attentes client

2- Développer la synergie des canaux et des points de contact

- Les différents canaux - évolution
- Canaux traditionnels physiques (magasins, catalogue, drive, call centers...) et canaux digitaux (site internet, réseaux sociaux, blogs, ...)
- Web to store et web in store
- Internet comme support au magasin, quelles opportunités de différenciation
- Les outils digitaux d'aide à la vente
- Responsive design, applications mobile : intérêts et bonnes pratiques
- Les indicateurs de performances pertinents

3- Gérer la relation client multicanal et initier une stratégie omnicanal

- Bien connaître ses clients : segmenter, cibler
- Cartographier le parcours d'achats
- Fluidifier le parcours d'achat et la relation client
- Développer une cohérence multicanale
- L'intérêt de travailler avec un CRM (Customer Relationship Manager)
- Organiser l'entreprise autour du client

4- Mesurer et optimiser la stratégie omnicanal

- Définir les KPI's
- Analyser la data

TOUTES LES SESSIONS