

Mobile First : Passer du "Mobile Friendly" au "Mobile First" dans sa stratégie digitale

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Cette formation très opérationnelle vous permettra de comprendre à l'aide d'exemples concrets les fondamentaux du marketing mobile, de mettre en oeuvre votre stratégie mobile pour passer du « Mobile Friendly » au « Mobile First », et de construire une véritable stratégie M-commerce.

Objectifs

- Mettre en oeuvre une stratégie marketing mobile opérationnelle
- Comprendre les enjeux du "Mobile First" à l'aide de nombreux exemples de e-Commerçants, de distributeurs, et de marque
- Optimiser la stratégie M-commerce de son entreprise
- Comprendre & utiliser de nombreuses boites à outils opérationnelles
- Valider vos compétences acquises à l'aide de QCM interactifs

Pré-requis & Profil des participants

Pas de pré-requis nécessaire.

Elle s'adresse à tous les responsables marketing, responsable e-commerce, responsable de communication soucieux d'intégrer le mobile au coeur dans leur stratégie.

Programme

Premier jour

1. Introduction

- Présentation de l'intervenant & la formation
- Tour de Table
- Méthode pédagogique, Etudes de cas, boites à outils, QCM et exercice pratique

2. Equipement & usages mobile en France et dans le monde

- Evolution des équipements & rappel historique
- Les chiffres clés des équipements & usages
- Les principales évolutions et tendances à retenir

3. L'audience de l'internet Mobile & le Profil du mobinaute

- Les sites & les applications les plus utilisées
- Le profil des utilisateurs
- Les évolutions du comportement des consommateurs su Smartphone (achat en ligne)

4. Construire une bonne stratégie "Mobile Friendly"

- Comprendre les spécificités des Applications mobiles
- Les nouveaux usages & nouveaux consommateurs
- Intégrer le mobile dans une stratégie Omnicanal - Cas Clients

5. Les clés du succès du développement d'un Site et d'une Application mobile

- Les clés pour définir une stratégie sur site ou application
- Comprendre les septicités techniques d'un site "mobile friendly"
- Comment intégrer le développement d'une application mobile dans sa stratégie de marque - Cas clients

6. Les objectifs marketing & commerciaux sur Mobile : quels retours d'expériences

- Fidélisation & M-CRM
- Développer ses ventes sur mobile
- Créer de la relation client en point de vente
- Etudes de cas

7. Boite à outils : Les étapes clés pour créer son service mobile ?

- Faire un cahier des charges ?
- Le choix de ses prestataires ?
- Les coûts moyens à prévoir ?

Deuxième jour

8. Les Objectifs marketing & commerciaux sur Mobile : La relation client sur mobile

- Les différents canaux de la relation client sur mobile : SMS, Push Notification & Chatbot
- Les spécificités d'un programme relationnel mobile
- Le marketing conversationnel
- Etude de cas

9. Le m-commerce et les perspectives du M-paiement

- La croissance M-commerce en France et dans le monde
- Le marché des applications mobiles : l'App Economie et l'achat in-App
- Solutions innovantes et les perspectives du M-paiement
- Etude de cas

10. Optimiser ses ventes en ligne sur mobile : UX et parcours d'achat

- Mesure et analyse des performances de son service m-commerce
- Les principaux indicateurs de performance sur mobile
- Comment optimiser l'expérience Utilisateur (UX) et parcours d'achat sur mobile
- Etude de cas

11. Perspectives et nouvelles tendances

- Le commerce conversationnel : le retour de la Voix
- Les premiers retours d'expérience sur les Chatbot
- Le potentiel des objets connectés pour les marques
- Réalité augmentée & intelligence artificielle

12. Boîtes à outils, Exercice pratique & QCM

- QCM 20 questions clés
- Exercice pratique
- Boîtes à outils pour aller plus loin