



FICHE SAVOIR MARKETING

Atouts de l'omnicanal digital pour les entreprises

1 > Pourquoi l'omnicanal digital ?

→ La transformation numérique

ATAWAD Any Time - Any Where, Any Device :

- Internet partout, tout le temps : toujours du réseau, toujours connectés, un téléphone à portée de main
- Internet multi-écrans ordinateur, téléphone, tablette, montre connectée, enceinte connectée...

SOLOMO Social Local Mobile :

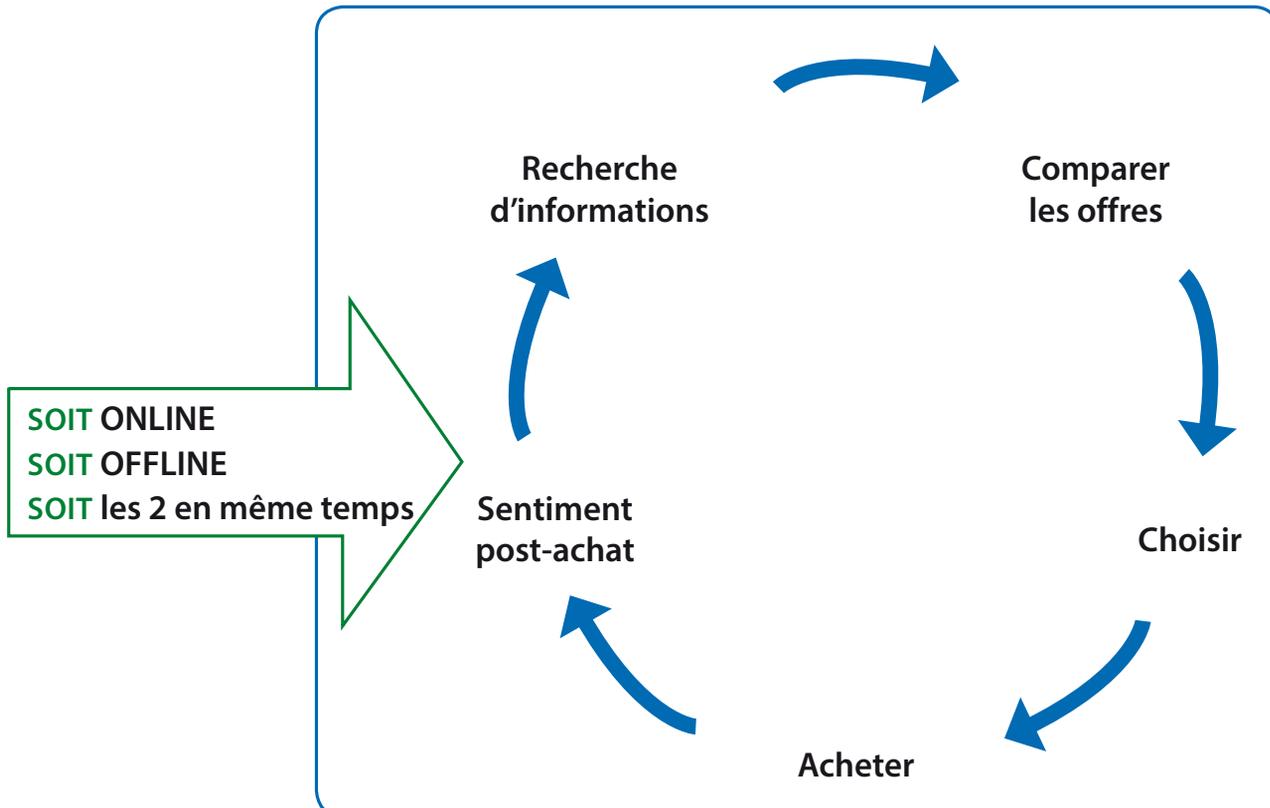
- Géolocaliser
- Choix d'une entreprise sur son trajet ou proche de domicile ou lieu de travail
- Tendance sociétale : privilégier la consommation locale

Tunnel de conversion
chaland-prospect-client-fan de la marque
online/offline/passage de l'un à l'autre

2 > Pourquoi l'omnicanal digital ?

→ Les parcours des clients connectés

Trame d'un parcours client



Le dernier parcours d'achat de Julie (page suivante) peut servir d'exemple illustrant ce schéma.

Dernier parcours d'achat de Julie :

- Je dois trouver le cadeau pour l'anniversaire de ma soeur. Je veux lui acheter un vêtement sympa j'ai pas d'idée.
« Dis mon téléphone... (Google ou Siri) ».
- Zut y'a rien dans le quartier !
- Re zut j'ai raté les promotions sur mes sites fétiches !
- Bon, on va faire simple : soit un sweat French Disorder, soit un sweat personnalisé par « LeFouFou création »
- J'envoie ça par Messenger à mon frère il va me dire ce qu'il en pense.
- Ah zut, il a déjà eu la même idée !
- Bon, je fais une recherche instagram ou Etzy ? Ah je vais demander à mon « groupe privé de shopping Facebook » des idées...

3 > Pourquoi l'omnicanal digital ? Objectifs pour les entreprises

Optimiser sa commercialisation

- Penser en termes de tunnel de conversion :
chaland/prospect/client/fan de la marque = online/offline/passage de l'un à l'autre.
- Proposer des transactions fluides, du confort d'achat.
- Réduire les freins à l'achat : liberté d'horaires, de lieux, pas de foule.
- Favoriser l'achat : paiements sécurisés, liste de favoris, avis des autres clients...
- Fournir des aides à la vente aux commerciaux où qu'ils soient.

Optimiser son marketing

- Créer ou renforcer son image de marque par une communication digitale unifiée et cohérente avec les autres actions de communication commerciale et de communication marketing
= Multiplier les points de contacts avec la marque
 - Créer ou animer ou manager la qualité de la relation client : une relation client partout en temps réel et via l'interface souhaité par le client.
- .../...