

Programme de formation

Animer ma relation client

de façon innovante et écoresponsable
pour booster mes ventes et fidéliser

Les américains parlent de « Love Brand » pour définir la relation qui unit le client à la marque.

Les Français privilégient l'«Expérience client» : un Graal pour les marques et une quête pour un consommateur de plus en plus versatile, volatile et responsable.

Deux jours consécutifs en présentiel

4 et 5 novembre 2019

Formatrice

Mélanie Josse

Horaires

9h30-17h30

Évaluation

Étude de cas, construction d'outils, quizz

Lieu

Sew & Laine
48 rue Ferdinand Buisson
33130 Bègles

Coût

800€ - Possibilité de faire une demande de financement auprès de votre OPCO.

Contact

Julia Vincent
Responsable formation
09 72 61 21 59



PUBLIC

Tout.e entrepreneur.e du secteur du textile ou de la mode



OBJECTIFS DE FORMATION

- Construire une communication écoresponsable adaptée à ma marque
- S'engager et communiquer de manière responsable
- Construire une stratégie équilibrée et innovante entre online et offline
- Comprendre la révolution Retail VS Digital
- Identifier le parcours client
- Construire une stratégie commerciale et de service cohérente entre online et offline



PROGRAMME

BOOSTER MES VENTES ET MA RELATION CLIENT VIA LA COMMUNICATION

CONSTRUIRE UNE COMMUNICATION ÉCORESPONSABLE ADAPTÉE À MA MARQUE

- 1 Elaborer son storytelling pour rendre le discours de la marque intelligible et humain
- 2 S'engager et communiquer de manière responsable (autour d'engagements tels que l'économie circulaire, la traçabilité, la transparence de la gouvernance, ...) auprès des acteurs majeurs du secteur
- 3 Définir et adapter ses outils offline et online (Google ads, Réseaux sociaux et Community Management, Presse, Print, Newsletter, Blog, ambassadeur, Events)

BOOSTER MES VENTES ET MA RELATION CLIENT VIA LA DISTRIBUTION

COMPRENDRE LA RÉVOLUTION RETAIL VS DIGITAL

- 1 Analyser les mutations et les enjeux à venir au travers des mutations de consommation, de l'omnicanales, de la digitalisation
- 2 Définir le parcours client Ecoresponsable pour construire une expérience client active
- 3 Construire une stratégie commerciale et de service cohérente entre online et offline grâce au phygitale, au CRM, à la formation de ses équipes de vente