

# QUELS CHALLENGES

## POUR OPTIMISER LE PARCOURS CLIENT ?

siapartners

### JE DÉCOUVRE

#### LA MARQUE

##### Faciliter la recherche de la marque / du produit

- Optimiser le référencement en ligne
- Optimiser l'ergonomie du site eCommerce
  - Minimiser le nombre clics sur le site avant l'achat
  - Optimiser la profondeur de filtres en ligne
- Tirer parti des opportunités technologiques en boutique (phygital)



##### LES BEST PRACTICES

Usage d'étiquettes géo localisées, de push beacons  
Ciblage et personnalisation des messages envers les prospects

##### Surprendre le prospect et l'inviter dans l'univers de marque

Adapter son message au prospect et au média utilisé (ciblage)

Construire le story telling de l'enseigne

##### LES BEST PRACTICES

Expériences à effet waouh : écrans digitaux en vitrine, pop up stores, publicités interactives, etc.

##### Diversifier les opportunités de rencontre

Créer et varier les modalités de rencontre (événements ponctuels, pop-up stores, partenariats, etc.)

S'appuyer sur des promoteurs (sites de réduction, boxes beauté, etc.)

##### LES BEST PRACTICES

Partenariat/ présence hors site : découverte à travers des partenaires / promoteurs

### JE SUIS ACCOMPAGNÉ(E) DANS MON ACHAT

##### Construire des parcours clients cross-canaux fluides

Garantir la cohérence du parcours client online / offline

Proposer une expérience en magasin cohérente avec l'univers de la marque

##### Digitaliser l'espaces de vente

Assurer la promesse digitale en magasin et online

Former les conseillers en adéquation avec leur environnement digital

##### Accompagner le client grâce à une posture d'expert

Transformer la posture de conseiller pour mettre en avant son expertise

Prolonger l'expertise du conseiller grâce à des outils digitaux

Développer l'accompagnement et le coaching de la marque via les médias sociaux

### JE SUIS ATTACHÉ(E) À LA MARQUE

##### Personnaliser le programme relationnel

Personnaliser le push relationnel : contenu poussé en fonction de l'étape du parcours client / des produits achetés, etc.

Développer les usages des outils CRM/DMP

##### Développer la relation client au-delà de l'offre « classique »

Développer les canaux de diffusion du storytelling (media sociaux, événements, pop up stores)

Promouvoir les services additionnels en phygital (services en points de vente, tutos online)

Identifier des leviers d'engagement clients au-delà des produits

##### Tisser des liens de nature différents

Développer le modèle de l'abonnement

Enrichir les canaux de la relation client : chatbots, clic to call, média sociaux, etc.

Promouvoir les communautés de clients sur : la promotion, le développement de produits, l'aide à l'usage

##### LES BEST PRACTICES

Cadeaux offerts au client en fonction de ses moments de vie

##### LES BEST PRACTICES

Personnalisation de l'offre de produit online (en fonction du profil beauté rempli) & offline (tablettes rempli) et des canaux de communication (bots sur les média sociaux)



##### LES BEST PRACTICES

Engagement des clients dans l'histoire / les prises de position / les évolutions de la marque (brand content : ADN de marque, contenu aspirational, défense de causes, etc.)

siapartners