

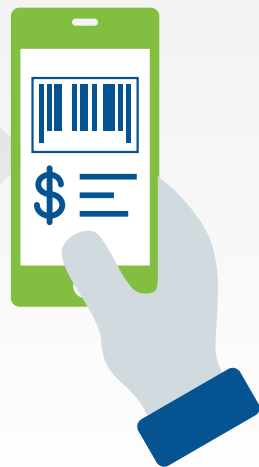
7 façons de privilégier le retail sur mobile

1 Optimisez toutes les interactions digitales avec les clients en créant des sites Web, et éventuellement des applications mobiles, au format Responsive.

2 Pensez mobile dès la conception. Privilégiez la plateforme mobile à la place des ordinateurs lors de la création de votre site Web.

3 Dirigez les visiteurs vers votre plateforme mobile, même si cela se fait aux dépens de votre site Web. Plutôt que de considérer la plateforme mobile comme un complément du site, considérez-la comme une destination à part entière.

4



Privilégiez les mobiles en magasin. Équipez les vendeurs d'appareils mobiles pour leur permettre de quitter les comptoirs et d'interagir avec la clientèle.

5

Donnez aux clients une bonne raison d'utiliser leurs téléphones mobiles dans le magasin, pour s'informer sur les produits, vérifier les stocks, lire des avis, demander l'aide des vendeurs et régler leurs achats.

6

Utilisez le commerce partout où les clients interagissent avec votre marque. Les clients mobiles utilisent les réseaux sociaux, les applications, la messagerie et les fonctions de recherche sur Internet. Vous devez non seulement être présent sur ces différents médias, mais aussi veiller à la fluidité totale des transactions.



7



Ayez toute votre activité sur le mobile. Repensez les stratégies, les processus, les KPI et votre culture d'entreprise.



Pour plus d'informations, procurez-vous le [Rapport ciblé sur le shopping mobile](#).