

Fiche Technique:Audit marketing omnicanal à Abidjan

Objectifs de la formation

Ce que vous serez capable de faire à l'issue de l'audit :

- Cartographier les parcours clients et identifier les frictions propres au marché d'Abidjan.
- Unifier les données marketing/ventes et construire un tableau de bord décisionnel fiable.
- Prioriser les investissements par canal et simuler des scénarios de mix média.
- Définir des offres/contenus par segment et synchroniser les campagnes cross-canal.
- Mettre en place gouvernance data, tests A/B et plans d'optimisation.
- Mesurer l'impact via des KPI et fédérer les équipes avec des quick wins.

Livrables clés: rapport exécutif, cartographies des parcours, plan d'actions priorisé, KPI, recommandations d'outillage alignées à votre contexte.

Population cible

- Dirigeants, directions marketing et commerciales, chefs de projets digitaux.
- DSI et équipes data/analytique impliquées dans MarTech et gouvernance de la donnée.
- Entreprises avec points de vente physiques et canaux digitaux (site, réseaux sociaux, marketplaces, WhatsApp Business).
- Secteurs: industrie, logistique, maintenance, BTP, transport, agro-industrie, services, secteur public.
- Responsables d'unités à Abidjan visant réduction du CAC, lissage de la demande, accélération des ventes.
- Organisations souhaitant aligner stratégie, opérations et outils autour d'objectifs clairs.

Durée de la formation

Format / Cadence	Détail	Durée
Sprints	Travail en cycles avec restitution hebdomadaire	1 à 2 semaines / sprint
Mission concentrée	Diagnostic complet + feuille de route	≈ 1 mois
Quick wins	Améliorations visibles post-audit	30 à 45 jours
Feuille de route	Roadmap priorisée et gains tangibles	Jusqu'à 90 jours

Programme de la formation

Étapes clés ancrées dans la réalité d'Abidjan, avec ateliers, diagnostics de données, revues d'outils et recommandations opérationnelles.

Module	Objectif principal	Durée
Diagnostic canaux & data	Évaluer l'existant (performances, stack MarTech, tracking, attribution)	1 à 2 semaines
Parcours clients	Clarifier l'expérience et les frictions sur les journeys	1 semaine
Orchestration	Synchroniser actions, contenus et scénarios cross-canal	1 semaine
Plan de transformation	Gouvernance, intégrations CRM, automatisations, roadmap 90 jours	1 semaine

Module 1 — Diagnostic des canaux et de la donnée

- Analyse des performances par canal, stack MarTech, traçabilité et attribution.
- Vérification de la cohérence des messages et de l'intégrité des données.

Module 2 — Cartographie des parcours et identification des frictions

- Construction de customer journeys adaptés à Abidjan.
- Repérage des ruptures et micro-améliorations à fort impact.

Module 3 — Stratégie de contenu et orchestration des campagnes

- Définition de scénarios cross-canal, contenus personnalisés et déclencheurs.
- Traduction en campagnes mesurables et cohérentes.

Module 4 — Gouvernance, outils et plan de transformation

- Gouvernance de la donnée, intégrations CRM et automatisations.
- Feuille de route 90 jours: quick wins et chantiers long terme.