

FONDAMENTAUX DU E-COMMERCE



2 jours

ÉLABORER, DÉPLOYER ET PILOTER UNE STRATÉGIE DE VENTE EN LIGNE

PROGRAMME DE LA FORMATION

Cette formation intègre les toutes dernières actualités et outils ayant une incidence sur la performance en e-commerce : updates Google, Google Analytics 4, Chat GPT

LES FONDAMENTAUX : LE MARCHÉ, LES CLIENTS, LES BRIQUES POUR CONSTRUIRE SON SITE

- › Les chiffres du marché, son évolution, les grandes tendances, avec les dernières mises à jour
 - le marché français, valeur, croissance, au global et par secteur, évolution du panier moyen, des taux de conversion
 - le marché européen et mondial, mise en perspective
 - impact RSE
- › Le comportement du consommateur
 - une maturité des acheteurs en ligne
 - le parcours client en ligne : la matrice CEPA (Consideration, Evaluation, Purchase, Advocacy)
 - le "messy middle" selon Google
 - les incidences sur le e-commerce
- › Les briques indispensables d'un site e-commerce
 - quel business modèle choisir ? market place, vente directe, abonnement...
 - choisir sa solution e-commerce : comment arbitrer entre les différents CMS (Prestashop, Magento, Shopify...)
 - quels modes de livraison choisir ? Stocker ou passer par un prestataire ?
 - quels modes de moyen de paiement proposer ? Qu'est-ce qu'un PSP ?

Atelier : auditer les briques de votre site web

CRÉER DU TRAFIC

- › L'équation du web : $CA = \text{trafic} \times \text{panier moyen} \times \text{taux de conversion}$
- › Comment construire le trafic vers son site web ?
- › Les différents leviers : direct, SEO, SEA, affiliation, réseaux Sociaux, e-mailing...
- › Les différents indicateurs de trafic (KPI) à suivre : CPC, CPV, CPM, CPA...
- › Quel levier pour quel objectif, sous quelle temporalité ?

Atelier SEO : trouver et investir sur les bons mots clés, la logique de longue traîne
Définir sa stratégie d'acquisition de trafic

AVOIR UN SITE EFFICACE : NAVIGATION ET MERCHANDISING UX / UI

- › Convertir son trafic en vente : les meilleures pratiques de l'e-merchandising
 - la Home Page : démonstration, comparaison de sites, top 20 des meilleures pratiques
 - le moteur de recherche : les enjeux, focus sur la page de résultat de recherche
 - la page produit : que mettre en valeur ? Comment augmenter son taux de clic ?
 - le tunnel de commande : depuis la mise au panier jusqu'au paiement, les étapes importantes

Atelier sur les étapes et les bonnes pratiques de conversion

OBJECTIFS

Bâtir une stratégie e-commerce pour ensuite en piloter son déploiement opérationnel.
Intégrer les fondamentaux d'un site web : le CMS, l'offre, l'arborescence, les fonctionnalités.
Appliquer les techniques du e-merchandising, UX et UI.
Utiliser les différents leviers permettant de générer du trafic et des conversions sur son site e-commerce
Piloter sa performance en ligne

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Un panorama complet des stratégies, techniques et outils pour vendre sur le web
Une formation pratico-pratique avec de nombreux ateliers
Des exemples de logiciels gratuit ou en freemium à utiliser

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Responsables marketing, marketing-communication, digital, marketing client / relationnel, expérience client, promotion des ventes, chefs de projet digital. e-commerce ou toute personne souhaitant acquérir les techniques, méthodes et outils pour développer ses ventes à travers les canaux digitaux.
Aucun niveau de connaissance préalable n'est requis

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation
Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

1 535 € HT - Réf : MPC-ECOM

Validité : 30 juin 2024

PROCHAINES SESSIONS

Formation à distance :
les 19 et 20 septembre 2024

Paris Montparnasse :
les 27 et 28 mai 2024
les 14 et 15 novembre 2024

Participant(e)

Mme M. Nom.....
Prénom.....
Fonction.....
E-mail
(obligatoire pour accéder à vos documents personnalisés, avant et après votre formation)
Tél. (ligne directe).....
Tél. mobile (pour infos de dernière minute).....

Merci de nous indiquer si nous devons prévoir des mesures à mettre en œuvre pour les personnes nécessitant des aménagements particuliers :
.....

Formation choisie

Titre.....
Référence.....
Dates.....
Lieu.....
Option proposée pour certaines formations : un accès e-ressources pendant un an, à un tarif très avantageux (remise de 50% sur le prix public).
Merci de préciser votre choix :

Formation + Accès e-ressources pendant un an * Formation seule

Tarif

Indiquez le tarif HT selon l'option choisie

Entreprise / Établissement

Raison sociale.....
Adresse.....
Code postal | | | | | Ville.....
Téléphone..... Fax.....
N° d'identification (TVA intracommunautaire).....
Code APE / NAF..... N° Siret | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Responsable de l'inscription

Mme M. Nom..... Prénom.....
Service/Fonction.....
Tél. (ligne directe)..... E-mail.....

Facturation/Règlement

FACTURE À ADRESSER À L'ENTREPRISE / L'ÉTABLISSEMENT :

À l'attention de Mme M.
Nom.....
Prénom.....
Service/Fonction.....
E-mail.....
Libellé de la facture.....

Si la facture est à adresser à l'entreprise mais à une autre adresse ou un autre service, merci de préciser

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur la facture ?

OUI NON

Si OUI, numéro :
GERESO se réserve le droit de facturer une pénalité forfaitaire si le client n'a pas transmis son bon de commande avant le début de la formation

FACTURE À ADRESSER À L'OPCO :

Nom de l'OPCO.....
Numéro de prise en charge.....
Adresse de votre OPCO.....
Code postal | | | | | Ville.....

Si GERESO n'a pas reçu l'accord de prise en charge de l'OPCO le dernier jour de la formation, le client sera facturé de l'intégralité du prix de la formation.

Fait à :	Le :
Signature et cachet de l'Entreprise / l'Établissement, précédés de la mention « bon pour accord » :	
La signature de ce bulletin d'inscription vaut acceptation des conditions générales de vente précisées sur www.gereso.com/cgv/	

Prise en charge (si parcours certifiant) :

CPF Entreprise OPCO