

Œuvrer dans le domaine de l'e-commerce nécessite des bases en community management pour animer et fidéliser une audience. Il est tout aussi nécessaire d'utiliser des outils de suivi. Il faut maîtriser les techniques et les outils nécessaires pour développer un business. Le marketing digital repose notamment sur le référencement (naturel et payant) afin de se positionner favorablement sur les moteurs de recherche

PRÉ-REQUIS :

Connaissance du web et de son fonctionnement
Connaissances et intérêts pour le commerce

Résumé du module :

Mettre en place les bases et les bonnes pratiques du e-commerce. Intégrer les leviers du SEO, content marketing, social media et paid media (Google Ads, Facebook Ads, affiliation, Programmatique).

OBJECTIFS :

- Définir les spécifications d'une e-boutique
- Piloter le projet de la conception à la mise en production d'un site de e-commerce
- Comprendre les relations avec les fournisseurs, la logistique, le transport
- Animer commercialement un site e-commerce avec les principaux leviers de webmarketing et canaux de vente on-line - Fidéliser sa clientèle
- Appliquer les dispositions légales du secteur du E-Commerce et de la gestion des données par le RGPD

DURÉE :

4 jours (24 heures)

PUBLIC :

Toutes personnes qui souhaitent développer le e-commerce
Webmasters, responsables marketing ou communication

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS :

Entretien avant le parcours de formation.

Date de début de formation la plus appropriée en fonction des besoins, préférences et contraintes du client.

Évaluation des acquis en début de formation
Manuel de formation pour chaque participant
Présentation du déroulé sur vidéoprojecteur
Ateliers en cours de formation (ECF)
Remédiation

TARIFS :

1440 euros

CONTACTS :

mpopformations@gmail.com

Maryline HUTIN

Tél : 06 88 47 19 59

MÉTHODES :

Toutes les méthodes pédagogiques sont utilisées (Affirmative, Interrogative, Démonstrative et Applicative) pour mettre en place une interaction avec les participants et favoriser l'assimilation des notions.

Les méthodes applicative et participative sont privilégiées sur cette formation.

VALIDATION :

Réalisation de travaux pratiques et exercices > Evaluations formatives

Exercice final de pratique > Évaluation sommative

Attendu en fin de formation : Réalisation d'un dossier constitutifs : Identifier une marque de-commerce, définir son funnel, appliquer des moyens du e-commerce, suivre des indicateurs clés.

PROGRAMME :

1er jour – Formation

INTRODUCTION : Le e-commerce aujourd'hui et ses 100 milliards d'€ de transactions en France

- Découvrir l'histoire et les chiffres clés
- Comprendre le contexte et définir ses objectifs

Partie 1. Concevoir sa stratégie e-commerce (Bien penser son site web)

- Définir les objectifs du site
- Identifier les internautes à cibler
- Réaliser son benchmark concurrentiel
- Réaliser un persona
- Réaliser son business model Canvas

Mise en pratique :

Projet (individuel/groupe) : Définir un projet e-commerce à lancer

2nd jour – Formation

Partie 2. Créer et gérer son site e-commerce

- Découvrir comment fonctionne un site e-commerce et les plateformes CMS e-commerce
- Définir un cahier des charges fonctionnels
- Concevoir son catalogue de produits et ses fiches produits
- Les systèmes de paiement
- La logistique

Mise en pratique :

Projet (individuel / groupe) :

Réaliser un cahier des charges pour son projet e-commerce

Concevoir son catalogue

3^{ème} jour – Formation

Partie 3. Les leviers de trafic e-commerce pour générer ses premières ventes (Comprendre comment attirer les gens sur son site)

- Identifier les priorités et attentes des e-acheteurs
- Définir les mécanismes de promotion des ventes en e-commerce
- Définir sa stratégie de visibilité
- Identifier les principaux canaux d'acquisition de trafic (SEO, SEA, Social Media, Inbound, comparateurs, Google Shopping...)

Bien communiquer avec ses internautes

Adapter son contenu

Soigner la navigation

Travailler l'ergonomie et l'accessibilité

Mettre en place les outils de réassurance

Utiliser les avis client

Personnaliser le contenu

Mise en pratique :

Projet (individuel / groupe) : Définir un plan de lancement pour son projet e-commerce

4^{ème} jour – Formation

Partie 4. Piloter et suivre son activité avec l'analytics

- Identifier les chiffres clés sur la data
- Découvrir la business intelligence (BI)
- Découvrir google analytics pour le e-commerce

Fidéliser les visiteurs de son site Web

Connaître ses visiteurs : cookies, formulaires, etc.

Déployer des moyens de contact : chatbot, téléphone, etc.

Reconnaître la fidélité d'un client en passant par un système de parrainage

Créer des blogs d'informations Diffuser son contenu par d'autres moyens : réseaux sociaux et newsletter

Mise en pratique :

Projet (individuel / groupe) : Définir les indicateurs à suivre pour son activité

Évaluation finale : Remise du Dossier projet e-commerce complet

Modelage site e-commerce et plan de communication
