e-commerce

Gérer et animer un site e-commerce

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | WEB-C19ECOM2 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Piloter les leviers d'acquisition, de conversion et de fidélisation d'un site e-commerce.
- Identifier les points de friction du parcours d'achat et prioriser les actions d'optimisation.
- Construire une animation e-commerce cohérente dans une logique omnicanale.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Connaître les fondamentaux du e-commerce.

Public concerné

Responsables e-commerce, chefs de projet site e-commerce, responsables marketing ou commercial ayant à développer le e-commerce, e-commerçants.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Développer le trafic et la visibilité de son site e-commerce

- Arbitrer les leviers d'acquisition selon ses objectifs : SEO, SEA, social ads, emailing, display, retargeting.
- Intégrer les nouveaux enjeux de visibilité : IA Search, moteurs de recherche, contenus utiles, avis.
- Identifier l'intérêt des marketplaces, comparateurs et leviers retail media pour augmenter son trafic.
- Structurer une stratégie d'affiliation et de partenariats.

Optimiser le parcours d'achat et la conversion

- Identifier les freins du parcours d'achat : navigation, recherche interne, fiches produits, panier, etc.
- Mobiliser les leviers d'e-merchandising pour faciliter l'accès à l'offre et augmenter le panier moyen.
- Utiliser les données comportementales, les avis clients et les tests pour repérer les optimisations prioritaires.
- **Atelier** : détecter les principaux points de friction d'un parcours d'achat et proposer des actions correctives.

Optimiser ses performances e-commerce avec un dispositif omnicanal

- Définir une animation commerciale cohérente : temps forts, promotions, contenus, relances.
- Encourager les synergies entre canaux pour enrichir l'expérience client : web-to-store, store-to-web, mobile-to-store.
- Personnaliser les parcours grâce aux données clients, à l'e-CRM et aux scénarios d'automation.
- **Atelier :** déterminer ses cibles et son plan d'action e-commerce omnicanal.

Renformer la relation client et la fidélisation

- Étude de cas : renforcer sa connaissance client grâce aux données en accord avec le RGPD.
- Utiliser les avis, recommandations, retours clients et interactions SAV comme leviers de satisfaction.
- Étude de cas : techniques d'animation pour maintenir un lien avec ses clients et relancer les inactifs.

- **Atelier** : Assurer un SAV efficace comme levier de satisfaction et de fidélisation.
- Identifier les usages utiles de l'IA : analyse d'avis, segmentation, relances, enrichissement de contenus.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.