

e-commerce

e-commerce - Concevoir votre boutique et savoir créer du trafic

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | ECOMM-VEN | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Multimédia > Créer ou refondre un site Web : améliorez vos performances digitales > e-commerce



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Définir et mettre en oeuvre une stratégie e-commerce efficace
- Créer ou refondre un site Web marchand
- Mettre en place les fonctionnalités pour améliorer les performances e-commerce
- Connaître les points-clés pour optimiser son trafic et vendre plus via Internet.

Niveau requis

Avoir connaissance de l'environnement Web.

Public concerné

Chefs de projets, responsables marketing, assistant(e)s de communication, webmasters.

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 élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

e-commerce : état des lieux et tendances

- Les sites référents et grandes tendances du e-commerce
- Les perspectives et nouvelles formes du e-commerce
 - Pure player
 - Click and Collect
- Web to store
- Drop shipping
- Places de marché
- Les évolutions des consommateurs français
 - Cycles d'achat
 - Communication omnicanale

e-commerce et "Webchandising" : points-clés pour un site e-commerce réussi

- Ergonomie et utilisabilité
- Gestion du catalogue et structure de l'offre
- Entonnoir de conversion
 - Fluidifier le parcours client
- Optimiser le cross-selling
- Relation client
 - Optimiser les mails transactionnels
- Visibilité et création de trafic
 - Créer un trafic efficace

Positionnement dans Google : aperçu des points-clés pour un site e-commerce SEO friendly

- Technique et structure
 - Organisation en silos
 - Gestion des pièges à robots
 - Indexabilité des contenus
- Contenus
- Rédactions
- Zones de textes
- Maillage interne
- Suivi du positionnement
 - Google Search Console
 - Google Analytics

SEA

- Intérêt et mise en oeuvre de campagnes de liens sponsorisés
- Optimisation du ROI

Google Merchant Center

- Intérêt et mise en oeuvre de campagnes produit
- Suivi et optimisation

Campagnes de display

- Intérêt et mise en oeuvre
- Ultra ciblage et remarketing
- Suivi et optimisation

Affiliation et dropshipping

- Points clés
- Ecosystème
- Mise en oeuvre

Places de marché

- Utiliser les places de marché pour développer ses ventes :
- Mise en place, gestion et optimisation des flux
- Leviers et outils marketing (focus Amazon)

La mesure : améliorer ses performances grâce à un reporting efficace

- Utiliser Google Analytics
- Les KPI utiles
- Mettre en place un tableau de bord e-commerce pour prendre les bonnes décisions

Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait :

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)