

E-commerce, réussir son projet stratégie, conception et mise en œuvre - certification DiGiTT® à distance, en option

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : SEC - Prix 2024 : 1 370€ HT

Définir et mettre en œuvre une stratégie e-commerce opérationnelle est essentiel pour s'imposer dans son secteur d'activité on line. Ce stage vous donnera toutes les clés, tous les conseils pour savoir vendre via Internet et maîtriser l'ensemble des indicateurs pour mesurer le ROI en temps réel.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Appréhender le marché du e-commerce et ses perspectives de développement

Structurer un projet de site Web marchand

Identifier et mettre en place les fonctionnalités de son site e-commerce

Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing

TRAVAUX PRATIQUES

Apports théoriques et exercices pratiques. Retours d'expérience et échanges. Mise en place d'un projet de e-Commerce.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 05/2021

1) Etat de l'art du e-commerce

- Le marché du e-commerce dans le monde.
- Les e-consommateurs français.
- Les sites référents et grandes tendances du e-commerce.
- Les perspectives et nouvelles formes du e-commerce.

Travaux pratiques : Audit des sites référents : ce qui fonctionne et ne fonctionne pas. Portrait robot de l'e-acheteur.

2) Les étapes clés d'un projet e-commerce

- Structuration du catalogue produits/services.
- Le cas du multi-catalogue et du catalogue spécifique par type de clientèle.
- Le passage de commande et les processus de gestion.
- Le traitement du paiement.
- La gestion de la relation client.
- Le service après-vente : gestion des retours, loi Chatel...
- La génération de trafic : référencement naturel, publicité...

Travaux pratiques : Portrait robot de l'e-acheteur : décryptage du parcours de l'e-acheteur sur Internet.

3) Les points fonctionnels à baliser sur un projet e-commerce

- La gestion des catalogues, des contenus, l'administration des prix, des promotions...
- La mise en place de solutions multisites : multipays, multimarques, multicatalogues... Les pièges à éviter.
- La structuration du tunnel d'achats.
- L'enregistrement client, code réduction, sauvegarde du panier, paiement...

PARTICIPANTS

Responsables de projets Web/e-commerce, responsables communication, responsables e-business, équipe projet e-commerce.

PRÉREQUIS

Bonnes connaissances des projets Web.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Les processus de suivi de commande et la gestion de l'après-vente.
- Les choix en termes d'IHM ? Quel type d'interface pour quelle catégorie de clientèle ?

Travaux pratiques : Concevoir une page d'accueil dynamique : l'art de la e-vitrine.

4) L'apport des fonctions sociales

- Constitution d'une réputation numérique positive : gestion des commentaires, implication des influenceurs.
- Création d'un climat rassurant pour déclencher les transactions.
- Marketing viral : utilisation des réseaux sociaux grand public, constitution de son réseau social...
- Crowdsourcing : technique collaborative pour rester au contact de ses besoins utilisateurs.
- Les mécanismes de génération de trafic et leur efficacité : référencement, marketing viral, Serious Game...

Travaux pratiques : Plan Web-marketing pour générer un trafic qualifié sur son site e-commerce.

LES DATES

Nous contacter