

Les clés du e-commerce



MR-18 2 Jours (14 Heures)



Description

Le e-commerce s'impose aujourd'hui comme un canal de vente incontournable. Pour profiter de l'essor du e-commerce, vous souhaitez définir une stratégie e-commerce porteuse de résultats, générer du trafic sur votre site et développer les ventes. C'est l'objet de cette formation au e-commerce.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable marketing ou commercial, chef de projet ayant à développer le e-commerce.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- S'approprier les clés et la démarche pour générer du trafic et convertir les internautes.
- Acquérir les bases pour mettre en œuvre une stratégie e-commerce cross canal.

Programme de la formation

Avant le présentiel

- Un autodiagnostic.

Identifier les clés du e-commerce

- Le cadre : logistique, paiement en ligne, livraison et plates-formes.
- Comportements d'achat et typologies d'acheteurs.
- Le big data au service de la connaissance client.

Optimiser le modèle économique

- Les bases du modèle économique et du ROI.
- Optimiser l'entonnoir de conversion.
- Indicateurs clés et axes d'analyse.

E-merchandising : améliorer l'assortiment

- De l'analyse comportementale au e-merchandising.
- Zones clés et mise en avant : zoom, videos, chatbots, retargeting...
- Personnaliser l'expérience client (UX/CX).

Générer du trafic et convertir

- Mixer les actions : e-mailing, display, retargeting, affiliation, market places, blogs, SEO, SEA, ...
- Utiliser push produit, up-selling, cross-selling et inbound marketing.

Mettre en œuvre la stratégie e-commerce multicanal

- Structurer le dispositif autour du parcours client.
- Les modèles : web to store, mobile to store to web, store to web...
- CRM et synergie entre canaux.

Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

- Un programme de renforcement : un défi par semaine pendant 7 semaines.