

Site Web e-commerce, mettre en place une stratégie gagnante



SII-230 2 Jours (14 Heures)

Description

Définir et mettre en oeuvre une stratégie e-commerce opérationnelle est devenu incontournable 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.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable de projets Web/e-Commerce, responsable communication, responsable e-Business, équipe projet e-Commerce.

Prérequis

Aucune

Les objectifs de la formation

- 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

Programme de la formation

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 marche et ne marche pas.
- Portrait robot de l'e-acheteur.

Les étapes clés d'un projet e-commerce

 (+212) 5 22 27 99 01

 (+212) 6 60 10 42 56

 Contact@skills-group.com

 [Angebd Abdelmoumen](#) et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30 Casablanca 20340, Maroc

 Nous sommes à votre disposition : De Lun - Ven 09h00-18h00

- 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.

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.
- 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.

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.