

Réussir ses ventes par le e-commerce



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Tirer profit des opportunités d'internet
- Intégrer internet avec succès dans la stratégie Marketing de l'entreprise
- Générer du trafic sur son site et fidéliser sa cible on-line et acquérir les bases pour mettre en œuvre une stratégie e-commerce multicanal.



PUBLIC CONCERNE

- Responsable marketing ou commercial ayant à développer le E-commerce, Responsable de site marchand, Chef de projet site e-commerce, E-merchandiser, E-commerçant.



PREREQUIS

- Maîtriser l'outil internet et être capable de "surfer" sur le Net



MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- Remise d'un support de cours.



MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

Réussir ses ventes par le e-commerce

MAITRISER LES DIFFERENTES FONCTIONS D'UN SITE WEB

- Présentation de l'entreprise, la marque, ses produits
- Promotion
- Vente directe et indirecte : ouverture de nouveaux marchés et supports avant et après vente

ELABORER DES CONTENUS PERCUTANTS

- Contenus rédactionnels et graphiques
- Maîtriser les solutions de vente sur Internet
- Le merchandising et la PLV en ligne
- Les offres promotionnelles pour fidéliser les e-shoppers.

ELABORER ET METTRE EN OEUVRE LA STRATEGIE E-COMMERCE

- Connaître les spécificités du marketing indirect multicanal
- Points de vente connectés, médias sociaux, télévision, mobile et tablettes
- Structurer le dispositif autour du parcours client et la segmentation
- Différents modèles : web to store, mobile to store to web, store to web...
- CRM et synergie entre canaux.

GERER LE SITE ET SUIVRE SES CONTACTS

- La mesure d'audience
- Objectifs, techniques et analyses
- Les supports de vente
- Documentation, mot de passe, catalogue, confirmation de commandes,...