



DEVELOPPER SES VENTES AVEC LE E-COMMERCE

Référence : COEC06

Objectifs :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier les enjeux liés au lancement et à la gestion d'une boutique en ligne
- Définir sa stratégie e-commerce
- Développer ses ventes par l'intermédiaire des technologies du e-commerce
- Suivre le retour sur investissement de sa stratégie de vente par internet

Public :

Salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Chef d'entreprise
- Directeur / Chef de projet
- Responsable produit
- Responsable communication

Près-requis :

- Accessible à tout salarié correspondant au profil ci-dessus

Durée :

- 5 jours soit 35 heures
(5 sessions d'une durée de 1 jour)

Programme :

1^{ère} journée

1 - LE E-COMMERCE

- Les chiffres du e-commerce en France
- Droit et législation du e-commerce
- La veille informationnelle
- Les bases du e-commerce
- Préparer son projet : cahier des charges (ou audit du site si déjà créé), concevoir sa boutique e-commerce par prestataire ou soi-même
- Le paiement sécurisé : les solutions de paiement

2^{ème} journée

2 - LE E-MARKETING

- Blogs et réseaux sociaux : améliorer sa réputation sur le Web, sa lisibilité, son référencement, etc.
- Augmenter son trafic et rentabiliser sa boutique e-commerce : thème du site, mots clefs, descriptions, noms des pages, description des articles de votre boutique, analyse de la concurrence, affiliation
- Augmenter la popularité de votre site sur Google : parts de marché des moteurs de recherche en France, ce qu'il faut faire et ne pas faire, les conseils de Google, les échanges de liens...
- Le Web 2.0 : les fils RSSS, le marketing viral, le buzz, les forums, utiliser Twitter et Facebook à des fins professionnelles
- Le e-marketing : le Targeting / Analytics (suivre un internaute à la trace et lui proposer des informations ciblées), le Eye-Tracking (étude du comportement de l'œil humain et de son parcours une page web, fidéliser ses clients et visiteurs)

3^{ème} journée

3 - LE E-MAILING

- Connaître la réglementation : législation, LCEN, CNIL, Spam, Opt-in et Opt-out
- Constituer son fichier client d'e-mails : collecte par inscription volontaire, par jeux concours, exploiter son fichier client, se procurer un fichier B to B
- Préparer sa campagne d'e-mailing : définir ses objectifs, rédiger ses messages, intégrer des éléments graphiques, adapter le format aux différentes messageries, les facteurs clés de succès et les erreurs à ne pas commettre



DEVELOPPER SES VENTES AVEC LE E-COMMERCE

Formations associées :

- Créez et gérez votre boutique e-commerce professionnelle avec « Prestashop »
- Optimisez le référencement de votre site internet
- Stratégies et techniques de e-marketing et du Web 2.0
- Lancer une campagne publicitaire avec « Google Adwords »

Programme (suite 2/3)

- Router son e-mailing : logiciel spécialisé, plate-forme spécialisée, solution propriétaire (site Web) et solutions du marché
- Mesure l'efficacité de ses campagnes e-mailing : taux d'ouverture, taux de clics, taux de réactivité, taux de désabonnement et analyse de la performance des campagnes

4^{ème} journée

4 – OPTIMISATION DU REFERENCEMENT

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Positionner son site en 1^{ère} page des moteurs de recherche
- Faire indexer toutes les pages de son site
- Bâtir une stratégie efficace de choix des mots-clés
- Connaître les indicateurs utiles pour le suivi du référencement
- Comprendre les techniques utilisées par les concurrents pour en tirer profit et leur passer devant
- Le référencement naturel
- Les principales techniques d'optimisation du référencement
- L'optimisation des sites dynamiques
- Le Netlinking et l'exploitation des blogs pour le référencement

5^{ème} journée

5 – GOOGLE ADWORDS

- Créer un compte « Google Adwords »
- Créer et gérer une campagne publicitaire ciblée par mots clefs sur Google
- Optimiser son budget pub sur Google : calcul du R.O.I
- Amplifier le score de qualité de vos annonces
- Réduire de manière drastique le coût de vos campagnes
- Signifier des options de ciblage avancées
- Optimiser les pages de destination afin d'accroître votre taux de transformation
- Etude du positionnement de la concurrence
- Recherche sur Google des séquences de mots stratégiques pour l'entreprise
- Recherche des mots pertinents les moins utilisés
- Recherche des pages de résultats les moins fréquentées
- Classification des concurrents selon les requêtes



DEVELOPPER SES VENTES AVEC LE E-COMMERCE

Programme (suite 3/3)

6 – GOOGLE ANALYTICS

- Installer et configurer Google Analytics sur votre site
- Le fonctionnement du système
- Bien lire, comprendre et utiliser les statistiques détaillées afin d'optimiser votre site et comprendre le comportement des visiteurs

Moyens et méthodes pédagogiques :

Cette action de formation s'appuiera sur une méthode participative, associant des exercices pratiques et des apports théoriques. Un livret sera remis à la fin de la formation à chaque participant reprenant tous les thèmes abordés.

Descriptions du dispositif permettant de suivre les résultats :

L'évaluation de la qualité de formation se fera tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique liés directement aux différents thèmes abordés durant la formation ainsi qu'à la fin de la formation au travers de deux questionnaires (Stagiaires et Formateur) renseignés à l'issue de la formation par les participants.

L'évaluation des acquis de la formation sera réalisée aux travers d'exercices et de mises en situation tout au long de la formation et à la fin de celle-ci.