Développer l'e-commerce

Domaine : Achats / Ventes

Réf. : 1861AV

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Identifier les leviers de la performance e-commerce
Intégrer le e-commerce en mettant en place une stratégie e-commerce amenant des résultats, générant du trafic sur votre site et développer vos ventes

PRÉ-REQUIS

Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Moyens pédagogiques : Alternance entre théorie et exercices pratiques. Un support de cours adapté remis à chaque participant. Salle de cours équipée / connexion internet / matériels de projection / Tableaux / Paper Board.

Modalités d'évaluation : Evaluation au fur et à mesure des exercices pratiques / Questionnaire de satisfaction / Attestation de stage / Evaluation sommative par le formateur sur 5 questions.

Formation en présentiel : A l'aide de l'application EDUSIGN, les stagiaires ont un accès afin d'émarger pendant la formation et de répondre à une opinion qualité lors de la fin de la formation.

Formation en distanciel : A l'aide d'un logiciel, les stagiaires interagissent entre eux et avec le formateur / Accès à l'environnement d'apprentissage (supports,...)et aux preuves de suivi (émargements, évaluation,opinion qualité...) via la plateforme Edusign / Convocation avec lien de connexion.

CONTENU ET MÉTHODES MOBILISÉES

Un ou plusieurs tests de personnalité sont transmis en amont de la formation via un lien internet.

LES PREALABLES

COMPRENDRE L'E-CLIENT ET SES MOTIVATIONS

- Les freins des internaute
- L'intention d'achat des internaute

QUEL DELAI MOYEN ENTRE LA PRISE DE DECISION ET L'ACHAT REEL EN FONCTION DES TYPES D'ACHAT ?

- Intégrer les nouvelles exigences des e - consommateurs
- Comment personnaliser la relation ?
- Comment transformer les visites sur le site en commande dans le respect du client et sans être trop intrusif ?
- Taux de clics
- Panier moyens
- Taux de fidélisation

COMMENT SUIVRE ET METTRE EN PLACE CES INDICATEURS ?

PUBLIC CONCERNÉ

L accessibilité à la formation pour les personnes en situation de handicap est étudiée en amont selon les informations fournies.

DURÉE ET DATES

-Durée :
2 JOURNEES soit 14 heures

-Délai d'accès :
Réponse par mail dans les 72h.
En inter : inscription à la prochaine session suivant le nombre de places disponibles.
En intra et en individuel : en fonction du planning déterminé par le client.

-Dates des inter-entreprises :
Nous contacter
.En Intra ou Individuel :
Nous contacter

FORMULES ET TARIFS

En inter-entreprises :
586€ HT / Jour / personne

En intra-entreprises :
1164€ HT / Jour / groupe
Groupe de 2 à 4 pers.

1479€ HT / Jour / groupe
Groupe de 5 à 10 pers.

En cours particulier :
Nous consulter

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentiel, Distanciel.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR VOTRE FORMATION ?
02 32 74 56 94 Numéro unique d'appel

COMMENT AGIR SUR LE TRAFIC POUR AMELIORER VOS TAUX DE TRANSFORMATION ?

- Comment améliorer votre audience (spontanée on générée par des actions marketing)
- Le référencement naturel, les liens sponsorisés, les bannières, le e-mailing, ...
- Optimiser vos contenus éditoriaux
- Travailler sur la web sémantique, les mots clés utilisés

QUELLES SONT LES INFORMATIONS INDISPENSABLES POUR VOS CLIENTS, LES VOTRES.

Pratique : à partir de sites e-commerce, les participants à optimiser l'ergonomie de l'e-commerce

- Lever le frein du paiement en ligne
- Comprendre l'abandon du panier en ligne
- Comment garantir la sécurité des paiements ?
- Optimiser les informations du formulaire
- Comment relancer un internaute qui abandonne son panier ?

LA FIDELISATION DU SITE E-COMMERCE

- Promotions, e-carte, services en ligne , newsletter,
- La segmentation de votre clientèle
- Comment communiquer avec les nouveaux clients ?
- Comment créer de l'interaction avec les clients ?

METTRE EN PLACE UNE ACTION ONE TO ONE

- Comment alimenter votre base de données
- Retrouver des clients devenus actifs

UNE STRATEGIE MULTI CANAL PERTINENTE

- E-mailing, display, retargeting, affiliation, market places, blogs, SEO , SEM

LE PILOTAGE DES TAUX DE TRANSFORMATION

- La gestion du Traffic, pour améliorer le taux de transformation
- Le Retour sur investissement

LE COMMUNITY MANAGEMENT

- Comment fédérer différemment vos cibles

Fiche mise à jour le 23/08/2024

NOS CERTIFICATIONS

© FORCE 7 Formation / Conseil / Coaching - Tous droits de reproduction réservés - contact@force7-formation.fr