

RÉUSSIR SES VENTES PAR LE E-COMMERCE

Durée

2 jours

Référence Formation

5-CL-ECOM

Objectifs

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.

Participants

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

Pré-requis

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

Moyens pédagogiques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.

Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.

En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.

Formateur expert dans son domaine d'intervention

Apports théoriques et exercices pratiques du formateur

Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants

Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants

Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

PROGRAMME

Maîtriser les différentes 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 stratégie 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.

Gérer 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,...



CAP ÉLAN FORMATION

www.capelanformation.fr - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : contact@capelanformation.fr

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

version 2025