E-merchandising

Optimiser l'efficacité commerciale de votre site

Pour qui

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

Enjeu : Se perfectionner

Prérequis

- Avoir des bases de e-commerce ou avoir suivi le stage "Les clés du e-commerce" (réf. 7739).

Objectifs

- Intégrer les particularités du e-merchandising pour mieux l'utiliser sur sa boutique en ligne.
- Définir les techniques d'e-merchandising pour augmenter le taux de conversion et la fidélisation.
- Choisir quelles actions mettre en place pour optimiser l'efficacité commerciale de votre site e-commerce.

Programme

1/ En amont du présentiel

- Un autodiagnostic.

2/ Définir le e-merchandising

- Objectifs du e-merchandising.
- Le e-merchandising sur le site marchand.
- Le e-merchandising off-site.

3/ Parcours d'achat du client et moments clés de la décision

- Les étapes du parcours d'achat.
- Les éléments de réassurance.
- La personnalisation.
- La version mobile ou mobile-first.

4/ E-merchandising sur site e-commerce

- Les étapes de mise en place.
- Les règles à respecter.

5/ Organiser son offre pour transformer l'internaute en acheteur

- La page d'accueil, vitrine de la boutique en ligne.
- Stratégie de navigation : moteur de recherche interne et barre de navigation.
- Listes et fiches produits : comment les optimiser.
- Le tunnel de commande, un moment de friction à dénouer.

6/ Les mécanismes de promotions des ventes en e-commerce

- Développer le panier moyen : le cross-sell, l'up-sell, les offres packagées, les différents types de promotions.
- Le calendrier marketing et le plan d'animation commerciale associé.
- Savoir gérer les espaces de vente sur la boutique en ligne.
- Connaître les bonnes pratiques de la fidélisation en ligne.

7/ Les indicateurs clés de performance (KPI)

- Les KPIs à suivre.
- Comment les mesurer et les analyser.

8/ Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

- Un programme de renforcement pour vous aider à mettre en œuvre votre formation.

Points forts / Moyens pédagogiques

- Études de cas et exemples de différents secteurs B to B, B to C, services, produits, électronique, luxe…
- L'intervenant est un expert du e-commerce et du cross-canal, il accompagne des entreprises dans la création et la refonte de sites e-commerce.
- **Le + digital :** la liste des sites clés de référence pour approfondir les contenus.

4 REAL

REAL • EFFICIENT • ADAPTED • LEARNING

2 jours (14h présentiel) **+ activités à distance** (en complément)

Réf. **9065**

38 €HT Paris

1 365 €HT Prix INTER

3 720 €HT Forfait INTRA*

* Détails sur cegos.fr

Dates et villes

Sur cegos.fr, retrouvez en temps réel les dates et les places disponibles en tapant la Réf. 9065

Formation proposée à Paris

Dans le cadre de notre démarche qualité, nos formations font l'objet d'une évaluation détaillée par les participants : « à J+1 » dès le lendemain de la fin de la formation. Sanction de la formation : à l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation.

© Cegos 2019

Sessions Inter 2019 - Pour organiser cette formation chez vous en Intra, merci de nous communiquer vos dates - Référence 9065

Qualité des formations :
Cegos est certifié AFAQ selon le référentiel ISO 9001, qualifié OPQF (qualification figurant sur la liste CNEFOP) et enregistré au Datadock.

Retrouvez en temps réel les dates et les places disponibles sur Cegos.fr en tapant la référence 9065
Toutes nos formations sont réalisables dans votre entreprise à la date qui vous convient.
Document créé le 17/02/2020