

# E-Commerce : réussir son projet

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

**Type de formation :** Formation continue

**Éligible au CPF :** Non

**Domaine :** Management du SI

**Action collective :** Non

**Filière :** Relations humaines

**Rubrique :** Communication

**Code de formation :** ECD001

## PRÉSENTATION

### Objectifs & compétences

- Appréhender le marché du e-commerce et ses perspectives de développement
- Structurer un projet de site Web marchand
- Identifier et mettre en place les fonctionnalités de son site e-commerce
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing

### Public visé

- Responsables de projets Web/e-commerce.
- Responsables communication.
- Responsables e-business.
- Équipe projet e-commerce.

### Pré-requis

Bonnes connaissances des projets Web.

## € Tarifs

**Prix public :** 1 530 €

### Tarif & financement :

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

**Le plan de développement des compétences de votre entreprise :** rapprochez-vous de votre service RH.

**Le dispositif FNE-Formation.**

**L'OPCO** (opérateurs de compétences) de votre entreprise.

**France Travail:** sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

**CPF -MonCompteFormation**

Contactez nous pour plus d'information : [contact@aston-institut.com](mailto:contact@aston-institut.com)

## 📍 Lieux & Horaires

**Durée :** 14 heures

**Délai d'accès :** Jusqu'à 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'inscription complet

## PROGRAMME

### Etat de l'art du e-commerce

- Le marché du e-commerce dans le monde.
- Les e-consommateurs français.
- Les sites référents et grandes tendances du e-commerce.
- Les perspectives et nouvelles formes du e-commerce.

### Travaux pratiques

Audit des sites référents : ce qui fonctionne et ne fonctionne pas. Portrait robot de l'e-acheteur.

### Les étapes clés d'un projet e-commerce

- Structuration du catalogue produits/services.
- Le cas du multi-catalogue et du catalogue spécifique par type de clientèle.
- Le passage de commande et les processus de gestion.
- Le traitement du paiement.
- La gestion de la relation client.
- Le service après-vente : gestion des retours, loi Chatel...
- La génération de trafic : référencement naturel, publicité...

### Travaux pratiques

Portrait-robot de l'e-acheteur : décryptage du parcours de l'e-acheteur sur Internet.

### Les points fonctionnels à baliser sur un projet e-commerce

- La gestion des catalogues, des contenus, l'administration des prix, des promotions...

## 📅 Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

- La mise en place de solutions multisites : multipays, multimarques, multicatalogues... Les pièges à éviter.
- La structuration du tunnel d'achats.
- L'enregistrement client, code réduction, sauvegarde du panier, paiement...
- Les processus de suivi de commande et la gestion de l'après-vente.
- Les choix en termes d'IHM ? Quel type d'interface pour quelle catégorie de clientèle ?

**Travaux pratiques**

Concevoir une page d'accueil dynamique : l'art de la e-vitrine.

**L'apport des fonctions sociales**

- Constitution d'une réputation numérique positive : gestion des commentaires, implication des influenceurs.
- Création d'un climat rassurant pour déclencher les transactions.
- Marketing viral : utilisation des réseaux sociaux grand public, constitution de son réseau social...
- Crowdsourcing : technique collaborative pour rester au contact de ses besoins utilisateurs.
- Les mécanismes de génération de trafic et leur efficacité : référencement, marketing viral, Serious Game...

**Travaux pratiques**

Plan Web-marketing pour générer un trafic qualifié sur son site e-commerce.

**MODALITÉS****Modalités**

**Modalités :** en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.

**Pédagogie :** essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.

**Ressources techniques et pédagogiques :** Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.

**Pendant la formation :** mises en situation, autodiagnostic, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

**Méthode**

**Fin de formation :** entretien individuel.

**Satisfaction des participants :** questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.

**Assiduité :** certificat de réalisation.

**Validations des acquis :** grille d'évaluation des acquis établie par le formateur en fin de formation.