

Réussir sa stratégie e-commerce

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Éligible au CPF : Non

Domaine : Développement

Action collective : Non

Filière : Transformation digitale

Rubrique : Digital Marketing

Code de formation : W-ECM

€ Tarifs

Prix public : 1435 €

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

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

S'approprier les clés et la démarche pour générer du trafic et convertir les internautes
Acquérir les bases pour mettre en œuvre une stratégie e-commerce cross canal

Public visé

Responsable marketing ou commercial, chef de projet ayant à développer le e-commerce

Pré-requis

Aucune

📍 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

IDENTIFIER LES CLÉS DU E-COMMERCE

Le cadre : logistique, paiement en ligne, livraison et plates-formes

Comportements d'achat et typologies d'acheteurs

Le big data au service de la connaissance client

OPTIMISER LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Les bases du modèle économique et du ROI

Optimiser l'entonnoir de conversion

Indicateurs clés et axes d'analyse

L'E-MERCHANDISING

De l'analyse comportementale au e-merchandising

Zones clés et mise en avant : zoom, vidéos, chatbots, retargeting... Personnaliser l'expérience client (UX/CX)

GÉNÉRER DU TRAFIC ET CONVERTIR

Mixer les actions : e-mailing, display, retargeting, affiliation, market places, blogs, SEO, SEA... Utiliser push produit, up-selling, cross-selling et inbound marketing

LA STRATÉGIE E-COMMERCE MULTICANAL

Structurer le dispositif autour du parcours client Les modèles : web to store, mobile to store to web, store to web... CRM et synergie entre canaux

📅 Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

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.