E-COMMERCE ET M-COMMERCE

Comment dynamiser vos ventes en ligne

,

CROSS-CANAL

Objectifs de la formation

- Développer un plan d'actions efficace pour dynamiser votre site commercial sur les canaux web et mobile
- Générer un trafic plus qualitatif pour doper votre taux de transformation
- Maîtriser les outils de marketing et communication

Animée par

- CADILHAC Paul-Émile
  Fondateur,
  PERFORMANCE INTERACTIVE

Public concernés

- Directeurs généraux et directeurs adjoints, Directeurs et responsables marketing, Responsables Internet et e-business, Responsables web marketing, Directeurs CRM, Directeurs de la communication, Directeurs commerciaux, Directeurs de la distribution, Chefs de groupe, Chefs de produit, ...

Dates

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des

Identifier les leviers pour accroitre la rentabilité de votre site marchand

- E-merchandising, animation commerciale, qualité et volume de trafic, marketing direct et démarche d'optimisation à mettre en œuvre.

Porter son offre commerciale sur l'ensemble des supports

- Comprendre les besoins et comportements de vos consommateurs sur les différents canaux et les différents supports
- Identifier les intérêts d'un site adapté aux smartphones et/ou d'une application spécifique
- Assurer la cohérence des données entre les différents canaux et dynamiser l'expérience client
- Exemples à suivre : services
- Atelier : revue des problématiques multicanal et multi supports des participants

salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Modalités pédagogiques

- Un questionnaire préalable sera envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques, et sera transmis au(x) formateur(s) avant la formation
- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants
- Les formations sont déroulées en présentiel ou en classe virtuelle et étayées, chaque fois que cela est pertinent, d'études de cas et de mise en pratique ou en situation
- Un formulaire d'évaluation du formateur et du déroulé du programme suivi sera proposé aux participants à la fin du stage

Accroître le volume des ventes et le panier moyen

- Adopter une démarche merchandising efficace
- Optimiser vos éléments de présentation de l'offre
- Développer l'animation commerciale
- Exemples à suivre : grande distribution, produits techniques, mode…
- Contre-exemples : bricolage, banque/assurance…
- Atelier : revue des sites Internet des participants

Optimiser les sources de trafic et la qualité de l'audience de votre site

- Comprendre les caractéristiques des différentes sources de trafic : search marketing, display, affiliation, offline, marketing direct
- Optimiser la base de données clients et construire vos plans de contact
- Organiser votre site Internet en fonction des origines de trafic
- Exemples à suivre : cosmétique, équipement de la maison…
- Contre-exemple : luxe
- Atelier : revue des problématiques des participants