

ADOPTER UNE DEMARCHE E-MERCHANDISING

Optimiser la navigation et l'expérience client sur son site internet

1 JOUR, 7 HEURES

MARKETING

Objectifs de la formation

- Appréhender l'e-merchandising au service des objectifs commerciaux et marketing
- Mettre en œuvre une démarche de e-merchandising efficace et performante
- Dynamiser votre site au travers d'une animation pertinente

Animée par

- CADILHAC Paul-Émile
Fondateur,
PERFORMANCE INTERACTIVE

Public concernés

- Directeurs et Responsables merchandising/e-merchandising, Category Manager, Responsables E-Commerce, Responsables Web, Responsables marketing/e-marketing, Directeurs des ventes, Directeurs régionaux, Directeurs marketing, Directeurs commerciaux, Responsables trade-marketing, Chefs de marché, Chefs de produit, Responsables d'enseigne, Responsables achats, Responsables de magasin, Chefs de rayon, ...

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

MATINEE

Accueil des participants

L'E-merchandising : comment optimiser l'expérience Client sur Internet

- Les nouveaux comportements d'achat multicanal
- L'e-merchandising au service des objectifs commerciaux et marketing

Comprendre les similitudes et les différences entre le merchandising et e-merchandising

- Quelles sont les contraintes et opportunités de chaque canal : magasins, catalogues, sites, applications mobiles...
- Prendre en considération le nouveau contexte du cross canal

Pause

de développement des compétences des 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

Mettre en œuvre la démarche « e-merchandising »

- Comment appliquer la méthode e-merchandising à votre secteur

CAS PRATIQUE Analyse des sites des participants

- Le formateur, suite à l'exposé de la méthode e-merchandising, analysera les sites web des participants volontaires, et regardera s'ils ont su tirer parti du nouveau contexte interactif

Déjeuner

APRES-MIDI

Organiser son offre pour répondre aux besoins produits/clients

- Faire le lien entre organisation de l'offre et les scénarii d'achat
- Les catalogues multi entrées
- Optimiser la navigation au sein de l'offre

Comment présenter efficacement les produits et animer son site

- Optimiser ses listes et fiches produits
- Dynamiser son site au travers d'une animation pertinente : mises en avant, cross selling, promotions...
- Cas pratique : recherche des optimisations sur les sites des participants

CAS PRATIQUE Recherche des
optimisations sur les sites des
participants

Pause

**Suivre la performance de ses
actions**

- Les outils à mettre en œuvre
- Les tests à réaliser

Fin de journée
