



## Formation E-commerce : réussir votre projet de stratégie, conception et mise en œuvre

**Durée** : 14 heures

**Certification** : Création d'entreprise

**Prix** : 1650

**Référence** : 21011561

<b>Catégorie</b>	Communication et Marketing
<b>Sous-catégorie</b>	Web et E-commerce
<b>Pour qui ?</b>	Responsables de projets web/e-commerce, responsables communication, responsables e-business, équipe projet e-commerce
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Objectifs pédagogiques</b>	<p>Appréhender le marché du e-commerce et ses perspectives de développement</p> <p>Structurer un projet de site web marchand</p> <p>Identifier et mettre en place les fonctionnalités de son site e-commerce</p> <p>Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing</p>
<b>Contenu de la formation</b>	<p>ETAT DE L'ART DU E-COMMERCE</p> <p>Le marché du e-commerce dans le monde</p> <p>Les e-consommateurs français</p> <p>Les sites référents et grandes tendances du e-commerce</p> <p>Les perspectives et nouvelles formes du e-commerce</p> <p>Travaux pratiques : audit des sites référents : ce qui fonctionne et ne fonctionne pas, portrait robot de l'e-acheteur</p> <p>LES ETAPES CLES D'UN PROJET E-COMMERCE</p> <p>Structuration du catalogue produits/services</p> <p>Le cas du multi-catalogue et du catalogue spécifique par type de clientèle.</p>

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 A BALISER SUR UN PROJET E-COMMERCE**  
La gestion des catalogues, des contenus, l'administration des prix, des promotions...  
La mise en place de solutions multisites : multipays, multimarques, multicatálogos...  
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

<b>Suite de parcours possible</b>	E-commerce Web Architecte web UX Designer Spécialiste en marketing Internet Responsable e-commerce Responsable e-marketing
<b>Éligible au CPF</b>	Oui

## FINANCEMENTS

OPCO  
OPCA  
FAF  
Pôle Emploi  
La Région



## CONTACTS



**IFFP - Tour Belvédère SPACES**  
**1 Cours Valmy 92 800 Puteaux**



**01 80 88 44 55**



**administration@iffp.pro**