

e-Merchandising

Proposer à vos clients une expérience digitale plus riche et mobile

890,00 €HT

1068,00 €TTC

Obtenez -15% sur chaque participant supplémentaire à partir du 2ème participant

Durée: 7 heures

Prochaine session : 07-09 dec 2021

Modalité : Classe virtuelle

Niveau : Intermediaire

Présentation

Les dépenses en ligne des consommateurs français se sont élevées à 112 milliards d'euros en 2020 selon la FEVAD, enregistrant une croissance soutenue. Pour faire face à cet enjeu majeur, les marques déploient des stratégies de e-merchandising et proposent à leurs clients une expérience digitale de plus en plus riche et mobile.

Cette formation vous donnera les clés pour maximiser la performance commerciale de votre site marchand et optimiser l'expérience client.

Objectifs

- Comprendre les enjeux du e-merchandising
- Maîtriser les dernières tendances en matière de e-commerce
- Optimiser la performance commerciale
- Adapter son e-merchandising aux enjeux du commerce mobile

Compétences acquises

- Acculturation aux fondamentaux du commerce Omni-canal
- Maîtrise des outils du e-commerce : optimiser la home page et ses fiches produits
- Interpréter les KPIs et outils de mesure de la performance commerciale
- Intégrer le m-commerce dans la stratégie de distribution en ligne

Pré-requis & Profil des participants

Les pré-requis pour participer à cette formation sont :

- Connaissance des fondamentaux du e-commerce
- Compréhension des enjeux du parcours client

Elle s'adresse aux :

- Chef de projet e-commerce
- Responsable marketing
- Webdesigner, webmaster

Cette formation est recommandée pour des personnes souhaitant affiner leur compréhension du e-commerce. Elle explicite les outils permettant une meilleure performance commerciale et une amélioration de l'expérience client.

Programme

MODULE 1 : Enjeux du e-merchandising et site e-commerce (3h30)

1. Les enjeux du e-merchandising

- Définition des enjeux
- Les chiffres clés du e-commerce, le rôle de la FEVAD
- Évolution des comportements d'achat

2. Conception d'un site de e-commerce

- Définition de l'Unique Selling Proposition
- Interface et charte graphique
- Stratégie de contenu
- La ligne éditoriale

3. Les éléments clés

- La home page
- Les fiches produit
- Panier, paiement en ligne et livraison
- Les fonctionnalités indispensables

MODULE 2 : Comment développer vos ventes et votre m-commerce (3h30)

4. Les leviers de la performance commerciale

- Analyse du trafic
- Les KPI du e-commerce
- Up selling & cross selling

5. Vers un modèle expérientiel

- Modèle expérientiel vs modèle transactionnel
- E-merchandising au service du storytelling des marques
- La personnalisation du e-merchandising
- Les animations commerciales

6. Mobile first et e-merchandising

- Smartphones : les nouveaux usages
- Les applications et leur rôle
- Les perspectives du m-commerce