

E-merchandising : optimiser ses ventes en ligne

Cours Synthèse de 1 jour - 7h

Réf : VEL - Prix 2024 : 950CHF HT

Vous cherchez à optimiser la rentabilité de votre site ? À partir d'exemples concrets et d'analyses des pratiques des meilleurs sites e-commerce, ce séminaire vous permettra de repartir avec des techniques, méthodes et solutions concrètes d'optimisation de votre catalogue produits.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Identifier les meilleures pratiques pour optimiser son efficacité commerciale

Utiliser les techniques de e-merchandising au service de la vente en ligne

Mettre en application des actions visant à optimiser les ventes d'un site e-commerce

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Présentation interactive permettant l'échange de bonnes pratiques.

Exercices sous forme de quiz ou de tests.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 11/2023

1) Comprendre le e-merchandising

- Les fonctionnalités de recherche et de présentation produits.
- Les procédures d'achat pour mieux vendre sur un site marchand.
- Le lien entre e-merchandising et e-commerce.
- Du merchandising au e-merchandising.
- Les facteurs clés de succès sur le taux de transformation, le chiffre d'affaires et le montant du panier moyen du site.

2) Mettre en avant ses produits et transformer en acte d'achat

- La page d'accueil : une vitrine à soigner.
- Le navandising ou merchandising appliqué à la navigation.
- La qualité des listes de produits : les clés de succès.
- La fiche produits : les règles essentielles d'une bonne conception.
- Les différents taux de transformation et leurs indicateurs de mesure.
- Les leviers pour augmenter son taux de transformation.
- Les autres indicateurs clés de performance (KPI) à prendre en compte.
- Le rôle essentiel de la photo dans la transformation en acte d'achat.

3) Présenter l'offre de manière captivante

- L'enjeu crucial de la structure de la liste produits : exemples de listes structurées et déstructurées.
- Les filtres et sliders.
- Le fonctionnement du cross-selling.
- L'utilisation du up-selling.
- L'analyse du tunnel d'achat : de la fiche produit à la confirmation de commande.
- Le look idéal d'une fiche produit et les éléments de rassurance à mettre en avant.
- La sélection par la photo et les autres éléments multimédia.
- La fiche produit et la méthode de l'eye tracking.

PARTICIPANTS

Responsables communication et marketing, chefs de projet web et e-commerce, chefs de produit, commerciaux.

PRÉREQUIS

Connaissances de base des problématiques de vente d'un site e-commerce.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

4) Faire vivre le e-merchandising

- La gestion de l'espace promotionnel : les bonnes pratiques.
- Les grandes familles de promotions.
- Les moyens de relayer les promotions sur les réseaux sociaux : Facebook, X (anciennement Twitter), YouTube...
- Les mécanismes de l'affiliation : communiquer les promotions sur les sites partenaires.
- Déportaliser son catalogue produit.
- Travailler son référencement naturel, acheter des mots-clés.
- Tenir compte de la réalité augmentée.
- Pratiquer le storytelling.

LES DATES

Nous contacter