



Notre offre de formation



Maximiser (ou optimiser) vos performances en e-commerce

Objectifs

- Comprendre les dernières évolutions du e-commerce alimentaire
- Connaître les leviers d'optimisation pour créer et générer du trafic
- Savoir identifier les actions à mettre en oeuvre pour améliorer le taux de conversion
- Connaître les market places stratégiques dans l'alimentaire

Programme

1. Comprendre les évolutions du e-commerce alimentaire

- Les dernières tendances du e-commerce alimentaire: M-commerce, marketplaces, ubérisation, livraison express ...
- Les dernières évolutions des comportements d'achat des consommateurs : hyper-connectivité, autonomie, hyperinfluence...
- Les stratégies des industriels de l'agro-alimentaire en e-commerce

2. Optimiser l'interface marchande pour la rendre plus performante

- Identifier les points clés à optimiser sur l'interface : la page d'accueil, l'accès à l'offre, le processus de commande...
- Maîtriser les principes du e-merchandising pour augmenter le taux de conversion

- Développer l'animation commercial du site : cross-selling, push produit...

3. Générer du trafic sur son site e-commerce

- Identifier les leviers de création de trafic : référencement, campagnes display et de performance marketing
- Utiliser les réseaux sociaux pour générer du trafic
- Améliorer les performances de vos campagnes e-mailing
- Maîtriser les outils de fidélisation

4. Utiliser les market places pour développer votre visibilité et vos ventes

- Les principaux acteurs : Cdiscount, Amazon, Carrefour, Venteprivée...
- Les modèles économiques des market places
- La stratégie de ventes sur les places places : pourquoi? Comment?
- Les contraintes techniques et financières : logistique, mise à jour, commissions

5. Analyser les performances de votre site e-commerce

- Comprendre les indicateurs clés
 - Savoir construire un tableau de bord
 - Identifier les leviers d'optimisation en fonction des indicateurs
- Ateliers pratiques :
- Analyse les performances de son site e-commerce
 - Construction des actions prioritaires à mettre en place

Méthodes pédagogiques

Alternance de cours théoriques et d'exercices pratiques

Suivi et évaluation

Attestation individuelle de fin de formation précisant les acquis du stagiaire

Public

Dirigeant, Responsable marketing,

Nombre de stagiaires mini/maxi : 6/12

Pré requis

Connaissance des bases du web et du e-commerce, avoir un site e-commerce

Tarif

475 € * net de taxe

*Prise en charge possible par votre OPCO

Infos pratiques

Durée

1 jour (7 heures) – Présentiel

Date

[Voir site internet](#)

Horaires

De 9h00 à 12h00 / 13h30 - 17h30

Lieu

Isema – Avignon

Votre contact

Christine REY

☎ 04 27 85 86 82

✉ crey@isema.fr

Intervenant (e) Christel Danel