

Réussir ses ventes par le E-commerce

Référence : 5-CL-ECOM

Durée : 2 Jours

Objectifs

- Tirer profit des opportunités d'internet
- Intégrer internet avec succès dans la stratégie Marketing de l'entreprise
- Générer du trafic sur son site et fidéliser sa cible on line et acquérir les bases pour mettre en œuvre une stratégie E-commerce multicanal

Prérequis

- Maîtriser l'outil internet et être capable de "surfer" sur le Net

Public

- Responsable marketing ou commercial ayant à développer le E-commerce, Responsable de site marchand, Chef de projet site E-commerce, E-merchandiser, E-commerçant

Moyens pédagogiques

- Travail sur poste de travail
- Apports théoriques
- Exercices pratiques
- Supports remis aux participants
- Formateur/consultant ayant une expérience significative en entreprise sur le métier concerné, et expert en formation avec en moyenne 10 ans d'expérience

Choisir AGINIUS

C'est choisir la **proximité** avec une capacité d'intervention dans 100 villes en France et 45 centres accueillant les interentreprises.

C'est choisir la **compétence** avec plus de 300 experts dans différents domaines : une offre de formation de plus de 400 programmes standards, une élaboration sur mesure de programmes spécifiques en fonction de vos besoins en intraentreprises, une clientèle allant au-delà de 5000 entreprises, administrations et collectivités locales.

C'est choisir un **réseau** assurant une réelle capacité logistique avec plus de 200 salles équipées et une capacité d'accueil avec 2000 stagiaires par jour....

Programme

1. Maîtriser les différentes fonctions d'un site Web

- Présentation de l'entreprise
 - la marque
 - ses produits
- Promotion
 - Vente directe et indirecte : ouverture de nouveaux marchés et supports avant et après vente

2. Elaborer des contenus percutants

- Contenus rédactionnels et graphiques
- Maîtriser les solutions de vente sur Internet
- Le merchandising et la PLV en ligne
- Les offres promotionnelles pour fidéliser les e-shoppers.

3. Elaborer et mettre en oeuvre la stratégie E-commerce

- Connaître les spécificités du marketing indirect multicanal
- Points de vente connectés, medias sociaux, télévision, mobile et tablettes
- Structurer le dispositif autour du parcours client et la segmentation
- Différents modèles : web to store, mobile to store to web, store to web...
- CRM et synergie entre canaux.

4. Gérer le site et suivre ses contacts

- La mesure d'audience
 - Objectifs, techniques et analyses
- Les supports de vente
 - Documentation, mot de passe, catalogue, confirmation de commandes,...

Prochaines sessions inter-entreprises



© AIT 2018

www.ait.fr
04 67 13 45 45