

# Formation

## “Digitalisation du commerce physique : développer son chiffre d'affaires grâce à la vente en ligne”

---

- **Durée**

4 jours, soit 28 heures.

- **Public visé**

Commerçant souhaitant développer ses ventes en digitalisant son activité, gérant de site e-commerce adossé à une boutique physique.

- **Délai d'accès**

La date de début de formation la plus appropriée est choisie en fonction des besoins, préférences et contraintes du stagiaire. Selon les disponibilités du stagiaire et du formateur, le délai pour la mise en place de la formation est habituellement de 4 à 8 semaines.

- **Pré-requis**

Être à l'aise avec la bureautique et le fonctionnement d'internet.  
Disposer d'une plateforme de vente en ligne fonctionnelle.

- **Objectifs professionnels**

A la fin de la formation, le stagiaire sera capable de :

- appréhender les éléments clés de la vente en ligne
- appliquer les démarches et utiliser les outils pour développer les ventes d'un site e-commerce
- activer les principaux leviers d'acquisition de trafic, de conversion et de fidélisation
- gérer les principales étapes du process de vente en ligne

- **Moyens et méthodes pédagogiques**

Apports de connaissances théoriques sous forme d'exposé et d'exemples concrets.

Mise en pratique par le stagiaire sur ordinateur.

Support de formation reprenant les points abordés remis au stagiaire en fin de formation.

- **Modalités d'évaluation**

Pendant la formation, suivi et correction des exercices de mise en pratique.

A l'issue de la formation, validation finale s'appuyant sur la rédaction par le stagiaire d'un plan d'action utilisant les notions étudiées, pour vérifier l'atteinte des objectifs de formation.

- **Accessibilité**

Les stagiaires en situation de handicap sont invités à le signaler en amont de la formation, afin que toutes les mesures nécessaires soient prises pour les accueillir dans les meilleures conditions.

- **Tarifs**

Le tarif définitif sera communiqué au stagiaire après élaboration de son programme personnalisé de formation et vérification des pré-requis. A titre indicatif, le tarif de la journée de formation est de 450€ HT/stagiaire.

*Informations mises à jour en Mai 2023*



# Contenu de la formation

## I - Comprendre le fonctionnement de la vente en ligne et ses particularités

- Appréhender les spécificités d'une boutique en ligne : digitalisation de la relation, organisation en arborescence et gestion des produits (variations, UGS...)
- Que sont le parcours d'achat du client 2.0 et le tunnel de vente?
- Comprendre le process d'une commande en ligne : sélection du produit, systèmes de paiement et d'expédition, suivi de commande.

Durée : 7h, dont

- apports théoriques (3h)
- étude de cas (2h) → expérimenter le parcours client sur différents sites sélectionnés et analyser les différences existantes ainsi que leur impact
- mise en pratique sur l'activité du stagiaire (2h) → définir l'arborescence de sa boutique en ligne et les variations produits, analyser le parcours client et définir les optimisations possibles

## II - Maîtriser l'étape-clé de la vente en ligne : la rédaction des fiches produits

- Comprendre l'enjeu du choix des mots-clés et le travail de la longue traîne
- Savoir utiliser les outils d'aide à l'optimisation du référencement
- Maîtriser les contraintes techniques liées à l'utilisation de visuels produits
- Comment optimiser sa boutique en ligne en travaillant les catégories produits

Durée : 7h, dont

- apports théoriques et études de cas (3h)
- mise en pratique sur l'activité du stagiaire (4h) → utilisation des outils d'aide au choix des mots-clés pour définir une stratégie pertinente, rédaction de fiches produits en s'appuyant sur les outils d'optimisation du référencement, travail de visuels produits

## III - Activer les principaux leviers d'acquisition de trafic, de conversion et de fidélisation

- Comprendre les étapes de la vente en ligne pour mieux la développer : acquisition, conversion, fidélisation
- Connaître les différentes méthodes d'acquisition de trafic, notamment SEO/SEA, réseaux sociaux, fichiers clients et mailing
- Maîtriser les techniques d'up-selling et cross-selling
- Savoir mettre en place les mécanismes de promotion des ventes en e-commerce : coupon, pourcentage, réduction personnalisée, fins de série...



Durée : 7h, dont

- apports théoriques (3h)
- étude de cas (1h) : analyse de la stratégie de promotion de différents sites sélectionnés
- mise en pratique sur l'activité du stagiaire (3h): analyse critique de la stratégie existante et proposition d'optimisations en s'appuyant sur les compétences acquises

#### **IV - Gérer les principales étapes du process de vente en ligne**

- Appréhender les différentes étapes de la supply-chain et leur importance respective
- Maîtriser le fonctionnement des outils annexes à la gestion de commande : paiement en ligne, retour client, communication instantanée
- Savoir gérer les produits out-of-stock grâce aux outil de redirections
- Maîtriser l'intégration de la vente en ligne dans le process de la boutique physique

Durée : 4h, dont

- apports théoriques (2h)
- mise en pratique sur l'activité du stagiaire (2h)

#### **V - Evaluation finale**

Durée : 3h