

# FORMATION OPTIMISER LES VENTES D'UNE BOUTIQUE EN LIGNE

Créer une boutique en ligne n'est pas synonyme de vente en ligne. Car pour réussir à obtenir des résultats, la création d'un site e-commerce n'est que la première étape. Il sera ensuite nécessaire de mettre en place une stratégie webmarketing puissante et en adéquation avec vos cibles pour atteindre vos objectifs. Notre formation vous propose de décrypter les actions clés en fonction de vos besoins.

## OBJECTIFS

- Comprendre les notions phares du webmarketing
- Définir sa stratégie webmarketing
- Etablir un plan d'action en fonction des leviers choisis
- Optimiser sa conversion
- Comprendre les bonnes pratiques du marketing en ligne
- Identifier ses cibles
- Savoir piloter son activité en fonction des KPI's important

## PROGRAMME JOUR 1

### Les bases de la vente en ligne

- Définition
- La connaissance du marché
- L'offre avant l'outil

### Les règles du e-commerce

- L'accessibilité
- La clarté
- L'optimisation technique

### Le SEO un levier phare

- Analyser vos opportunités SEO
- Auditer vos actions SEO
- Prioriser les axes d'évolutions

### Le SEA est-il rentable ?

- Les différents types de campagnes
- Analyser le ROI du levier
- Le retargeting panier

### La stratégie social-media

- Les actions sociales
- Créer une communauté engagée
- Les outils pour gagner du temps

## INFORMATIONS PRATIQUES

Nombre d'heures de formation

- 14 heures

Type de Formation

- Présentielle

Public

- Gérant d'entreprise
- Responsable communication
- Chargé(e) de communication
- Responsable marketing
- Chargé(e) de marketing
- Freelance
- Community manager
- Indépendant

Pré-requis

- Avoir une connaissance générale du web.
- posséder un site internet ou être en projet de création de site.

## MÉTHODES DE VALIDATION

- Evaluation à chaud et à froid des acquis.
- Attestation de présence.

## TARIFS

intra entreprise : 2400€ HT

# FORMATION OPTIMISER LES VENTES D'UNE BOUTIQUE EN LIGNE

## PROGRAMME JOUR 1

### Générer une base de données clients

- Savoir profiter du content marketing
- L'emailing pour faire vivre votre boutique
- Le retargeting email

### Focus sur le tunnel de conversion

- Auditer votre tunnel de conversion
- Réaliser des tests utilisateurs
- Exemple de tunnels

### Convertir votre trafic

- Le respect des conventions
- Optimiser l'ergonomie de votre site
- Travailler la réassurance

### Piloter votre stratégie

- Paramétrer un compte Google Analytics
- Construire vos tableaux de bords
- Piloter vos ventes jour après jour

## LE FORMATEUR

Notre formateur est un expert e-commerce qui travaille dans une agence web de la région. Il accompagne de nombreux acteurs du e-commerce de toutes tailles dans l'optimisation de leurs ventes et leurs stratégies globales.