



## Parcours certifiant responsable e-commerce

Construire et piloter une stratégie e-commerce et cross-canal

Code CPF : 237148

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure de construire une stratégie e-commerce cross-canal, de déployer cette stratégie et de veiller à son optimisation permanente.

### MODULE 1 | 3 jours

#### Élaborer et encadrer une stratégie e-commerce

##### Concevoir et formaliser une stratégie e-commerce

- Décrypter les nouveaux besoins et comportements d'achat : SoLoMo, ATAWAD...
- Évolutions et diversification des terminaux : impact sur l'e-commerce et le cross-canal.
- Cible, offre et objectifs : choisir un modèle économique pertinent.
- Rentabilité d'un site e-commerce : les metrics à suivre.
- Construire un business plan : net customer value, cost of customer acquisition, NPS.
- Déterminer les objectifs et KPIs pour monitorer l'activité.

##### Établir les fonctionnalités d'un site e-commerce

- Solutions pour créer son site e-commerce : wordpress, prestashop...
- Comparer et sélectionner les plateformes d'e-commerce.
- Prendre en compte les obligations juridiques : le Règlement général de protection des données (RGPD).
- Intégrer les enjeux logistiques : approvisionnement, stockage, livraison, SAV, retour produits.
- Mettre en place des solutions de paiement en ligne fluides et sécurisées.
- Prévoir les interfaces cross-canal : mobile, objets connectés, chatbots...

##### Piloter un projet de site e-commerce

- Établir le planning de déploiement de sa stratégie e-commerce.
- **Atelier** : construire un cahier des charges de son projet e-commerce complet.

- Cartographier les parties prenantes et répartir les rôles des contributeurs.
- **Atelier** : lister les étapes clés du projet e-commerce et cross-canal en mode projet.

#### MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

### MODULE 2 | 3 jours

#### Déployer un dispositif e-commerce performant

##### Concevoir une interface e-commerce simple et efficace

- Connaître le parcours d'achat du e-consommateur : gagner le Zero Moment of Truth ZMOT.
- UX/CX design : concevoir des interfaces marchandes ergonomiques.
- Optimiser le parcours utilisateur et les landing pages.
- **Atelier** : autodiagnostic et détermination des axes d'amélioration de son expérience utilisateur.

##### Accroître le trafic et la notoriété de son site e-commerce

- SEO, SEA, SMO : ajuster en permanence l'efficacité de son référencement.
- Actionner les leviers d'acquisition de trafic : display, e-mailing, retargeting, AdExchange, Real-Time Bidding...
- Concevoir une stratégie d'affiliation.
- Utiliser les marketplaces et comparateurs pour augmenter son trafic.

##### Déclencher l'acte d'achat sur son site e-commerce

- **Atelier** : détecter et corriger les « pain points » du parcours d'achat en ligne.

- Les incontournables pour faciliter l'expérience client.
- E-merchandising et customer experience : favoriser l'acte d'achat et augmenter le panier d'achat avec des pages produits ergonomiques.
- Searchandising : amener plus rapidement à l'achat.
- **Étude de cas** : analyse de site e-commerce pour détecter les bonnes pratiques et outils.

##### Convertir et fidéliser avec sa stratégie e-commerce

- Connaître ses clients : l'e-CRM et le social CRM.
- Techniques d'animation : maintenir un lien avec les clients, relancer les inactifs.
- Déployer un dispositif de fidélisation active : personnalisation des contenus et des offres, communauté de fans, parrainage...
- Assurer un SAV irréprochable
- Panorama des best practices en matière de satisfaction et fidélisation clients.

#### MODULES DISTANCIELS

- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?
- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?

### MODULE 3 | 3 jours

#### Organiser un dispositif cross-canal et optimiser son efficacité

##### Concevoir une stratégie cross-canal

- Appréhender le parcours d'achat dans sa totalité : de la recherche à la livraison.
- **Atelier** : penser le parcours client dans une logique omnicanale pour agir aux moments clés.

- Encourager les synergies pour enrichir l'expérience client : web-to-store, store-to-web, sms-to-store.
- Adopter une approche customer-centric pour choisir des innovations utiles : géolocalisation, chatbot, réalité augmentée, IA...
- **Atelier** : déterminer ses cibles et son plan d'actions e-commerce cross-canal.

##### M-commerce et social commerce : booster ses ventes e-commerce

- Définir et déployer une stratégie de m-commerce : application et/ou responsive design, solutions de paiement, modèle économique, leviers de performance.
- Définir et déployer une stratégie social commerce : médias sociaux adaptés, usages communautaires, solutions de paiement, modèle économique, leviers de performance.
- **Atelier** : benchmark concurrents et bonnes pratiques.

##### Piloter la performance du dispositif cross-canal et l'optimiser en permanence

- Construire des tableaux de pilotage intégrant des indicateurs de performance.
- Test & Learn : croiser performances, évolutions technologiques et retours clients pour s'améliorer en permanence.

#### MODULES DISTANCIELS

- Quelles sont les opportunités à saisir sur les nouveaux réseaux sociaux ?
- Quels indicateurs suivre pour calculer son ROI digital ?

**PERFECTIONNEMENT**

Code : EMKG4

- 9 jours - 63 heures
- Prix HT : 5010 € (repas inclus)

**PARCOURS CERTIFIANT**

Code : CERTWEB4

- 10 jours - 70 heures
- Prix HT : 6090 € (repas inclus)



\*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP) responsable e-commerce attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ - OPOF.

**PLANNING**

**Paris**

- 24 au 26 avril 2019
- + 20 au 22 mai 2019
- + 17 au 19 juin 2019
- + 20 juin 2019 (option certifiante)

- 3 au 5 juin 2019
- + 1er au 3 juillet 2019
- + 3 au 5 septembre 2019
- + 6 septembre 2019 (option certifiante)

- 25 au 27 septembre 2019
- + 23 au 25 octobre 2019
- + 19 au 21 novembre 2019
- + 22 novembre 2019 (option certifiante)

- 27 au 29 novembre 2019
- + 16 au 18 décembre 2019
- + 21 au 23 janvier 2020
- + 24 janvier 2020 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification (1 jour)



Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !  
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

**OBJECTIFS**

- Construire une stratégie e-commerce en intégrant tous les canaux et piloter son déploiement opérationnel.
- Favoriser la visibilité, le trafic, la conversion et la fidélité.
- Développer le m-commerce et le social commerce.

**PRÉREQUIS**

Connaissance des bases du web et de la démarche marketing.

**PUBLIC CONCERNÉ**

Nouveaux responsables e-commerce ou toute personne souhaitant acquérir des techniques, méthodes et outils lui permettant de développer les ventes à travers les canaux digitaux.

**Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation**

**Distanciel**

Quiz amont

**Présentiel**

Journée en présentiel

**Distanciel**

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants  
e-évaluation  
Classes virtuelles  
Modules vidéo