



# AUGMENTER SON TRAFIC ET SES CONVERSIONS

Méthodes et outils pour générer du trafic et déclencher l'achat

Comment convertir un prospect en client ? Cette formation vous livre des réponses concrètes et opérationnelles pour améliorer la performance de votre site web.

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19MDONLINE

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1550 € HT

Repas inclus

## OBJECTIFS

- Identifier les leviers d'acquisition de trafic et d'optimisation de la performance.
- Augmenter le volume et la qualité de son trafic on-line.
- Mesurer et améliorer le taux de conversion sur son site e-commerce.

## EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

## POUR QUI ?

Trafic managers, directeurs, responsables marketing, communication, chefs de produits, chefs de projet...

## PRÉREQUIS

Aucun

## COMPÉTENCES ACQUISES

Améliorer la performance de son site web.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

## PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quizz amont  
Modules vidéos  
Présentiel  
E-quizz aval

## PROGRAMME

Pendant  
Augmenter son trafic et ses conversions

### Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Quelles sont les bonnes pratiques pour acquérir, convertir et fidéliser ses clients?



- Comment mettre en place un programme d'affiliation ?
- Les 8 étapes clés pour transformer vos leads en clients

### **Générer du trafic qualifié sur son site**

- Les nouvelles obligations juridiques : le Règlement général sur la protection des données (RGPD) et le Règlement ePrivacy.
- SEO & SEA : améliorer ses leviers de search marketing.
- Emailing de conquête, affiliation... : affiner son ciblage et améliorer ses taux de réactivité.
- Optimiser ses investissements publicitaires grâce au programmatique.
- Referral, social media et influence marketing : miser sur la force des réseaux sociaux.
- Coordonner efficacement ses différents leviers d'acquisition de trafic.
- Diversifier ses canaux et points de contact : penser multicanal.

### **Convertir les visites en actes d'achat**

- Temps de chargement, paiement... : identifier les « pain points » et freins à l'achat de son site.
- Décrypter les motivations et le parcours client pour réduire les abandons de panier.
- UX Design : optimiser la structure de son site e-commerce.
- Repenser son e-merchandising et améliorer son searchandising.
- Raccourcir le tunnel d'achat sans dégrader l'expérience utilisateur.
- Étude de cas : optimisation de sites e-commerce.

### **Fidéliser : faire revenir du trafic**

- Connaître ses visiteurs : l'e-CRM et le social CRM.
- Chatbot, enregistrement des visites... : créer un lien personnalisé avec ses visiteurs.
- Interagir avec les e-consommateurs : social shopping, avis, clients, tweets...
- Maintenir le lien avec ses clients et relancer les inactifs : marketing automation et lead nurturing.
- Gérer l'après-vente et le retour client.
- Atelier : imaginer et évaluer le coût d'un dispositif de fidélisation en ligne.

### **Optimiser sa performance de conversion sur son site**

- AB Testing, webanalytics : améliorer les dispositifs webmarketing existants.
- Détecter des patterns de visite grâce à l'analyse prédictive des données.
- Wait marketing : identifier les moments de contact opportuns.
- Attribution : affiner son pilotage et sa stratégie d'investissement de génération de trafic.
- M-commerce et réseaux sociaux... : renforcer son potentiel d'acquisition de trafic.
- Atelier : calculer le coût d'acquisition client et le ROI d'une campagne d'acquisition de trafic.

## **INTERVENANTS**

Laurent BENARD  
Green Fox

## **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.



Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



## LIEUX ET DATES

### À distance

10 et 11 sept. 2024

05 et 06 déc. 2024

### Paris

04 et 05 juin 2024

15 et 16 oct. 2024