



PARCOURS CERTIFIANT RESPONSABLE E-COMMERCE

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

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT



Ref. : C19CERTWEB4

Durée :
10 jours - 70 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 6190 € HT
Particulier : 5571 € TTC

Code CPF : 2328

Code
Dokelio AF_0000025643
:

Construire une stratégie de commerce connecté cohérente avec le parcours d'achat du client, mettre en œuvre et adapter en permanence les outils associés, dans une optique cross-canal : le responsable e-commerce doit être capable d'exploiter la complémentarité des canaux digitaux et d'être partie prenante dans les interactions entre points de vente physiques et digitaux. À l'issue de ce parcours, vous vous serez approprié tous les enjeux liés au poste de responsable e-commerce cross-canal.

Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours certifiant Responsable e-commerce, validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

Sur les 2 dernières années : taux de réussite 94% et taux d'abandon 6% (pour raisons personnelles et repriorisation par rapport à la crise COVID).

Suivre une formation certifiante sans passer la certification, c'est possible ! Contactez-nous au 01 85 53 47 56.

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.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

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.

PRÉREQUIS

Connaissance des bases du web et de la démarche marketing.

COMPÉTENCES ACQUISES

Construire une stratégie e-commerce cross-canal, de déployer cette stratégie et de veiller à son optimisation permanente.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

ACCRÉDITATIONS



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



PROGRAMME

Élaborer et encadrer une stratégie e-commerce (Module 1 - 3 jours)

Modules distanciels

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

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.

Déployer un dispositif e-commerce performant (Module 2 - 3 jours)

Modules distanciels :

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

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, emailing, 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.
- Etude de cas : analyse de sites 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.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Organiser un dispositif cross-canal et optimiser son efficacité (Module 3 - 3 jours)

Modules distanciels :

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

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.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Préparation à la Certification Professionnelle Responsable E-Commerce (1 jour)

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM Responsable E-Commerce attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel 4 mois après la fin du parcours.
- Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF.

INTERVENANTS

Alan CALLOC'H

Expert Marketing Digital
ZEACADEMY

Charles-Edouard MALLET
MALLET

Sébastien MOREL
Sébastien MOREL

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET 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.

LIEUX ET DATES

À distance

21 mars au 19 mai 2022
03 oct. au 09 déc. 2022

Paris

26 janv. au 31 mars 2022
11 mai au 07 juil. 2022
05 sept. au 10 nov. 2022
14 nov. au 23 déc. 2022
22 mars au 26 mai 2023

Lyon

14 nov. au 23 déc. 2022

Nantes

11 mai au 07 juil. 2022

Bordeaux

13 avr. au 02 juin 2022

Lille

24 août au 28 oct. 2022

