

Optimiser vos ventes en ligne avec l'e-merchandising

Optimisez la rentabilité de votre site via les techniques de e-merchandising

Vous cherchez à optimiser la rentabilité de votre site ? Cette journée de formation vous propose de faire le point sur les meilleures techniques de e-merchandising.

A partir d'exemples concrets et d'analyse des meilleurs sites e-commerce, cette formation vous permettra de repartir avec des solutions concrètes d'optimisation de votre catalogue produit

Détails

- **Code** : EMERC01
- **Durée** : 1 jour (7 heures)

Public

- Chef de produit
- Chefs de projet web et e-commerce
- Commerciaux
- Marketing
- Responsables communication

Pré-requis

- Comprendre les problématiques de vente d'un site e-commerce

Objectifs

- Utiliser les techniques de e-merchandising au service de la vente en ligne
- Mettre en application des actions visant à optimiser les ventes d'un site e-commerce

Programme

Introduction

- Qu'est-ce que le e-merchandising
- Le E-merchandising face au E-commerce
- Merchandising vs E-merchandising

Mettre en avant vos produits

- La page d'accueil (Home page)
- Le Navandising ou Merchandising appliqué à la navigation
- La liste des produits
- La fiche produit

Agir sur les Taux de Transformation

- Les différents taux de transformation
- Comment augmenter son taux de transformation ?
- Comment mesurer son taux de transformation ?
- Les autres indicateurs clés de performance (KPI)
- Le rôle essentiel de la photo

Etude approfondie de la fiche produit qui transforme

- Le look idéal d'une fiche produit
- Les éléments de rassurance
- La sélection par la photo
- Autres éléments multimédia
- Fiche produit et eye tracking

La présentation de l'offre

- L'importance de la liste produits
- Exemple de listes produits structurées et déstructurées
- Les filtres et sliders
- L'importance du cross-selling
- Utilisez du up-selling
- Analyse du tunnel d'achat : de la fiche produit à la confirmation de commande

L'animation commerciale au quotidien

- La gestion de l'espace promotionnel
- Les grandes familles de promotion
- Comment relayer les promotions sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, You Tube, etc.)
- Comment relayer les promotions sur les sites partenaires : l'affiliation

Le e-merchandising au-delà du site

- Déportaliser son catalogue produit
- Le référencement naturel
- L'achat de mots clés
- La réalité augmentée
- Le Storytelling
- La définition de personnas e-commerce

Modalités

- **Type d'action** :Acquisition des connaissances
- **Moyens de la formation** :Formation présentielle – 1 poste par stagiaire – 1 vidéo projecteur – Support de cours fourni à chaque

stagiaire

- **Modalités pédagogiques** : Exposés – Cas pratiques – Synthèse
- **Validation** : Exercices de validation – Attestation de stages