



La formation « E-commerce : De la Théorie à la Pratique pour Booster vos Ventes » vise à permettre aux participant.es d'acquérir les compétences nécessaires leur permettant de maximiser les ventes en ligne d'une entreprise en utilisant des techniques de webmarketing, en améliorant l'expérience client, en optimisant leur performance sur les réseaux sociaux et via la publicité en ligne et en mesurant les performances dans une optique d'amélioration continue. Ils ou elles seront capables de tirer pleinement parti du potentiel des leviers sociaux et publicitaires afin d'atteindre les objectifs marketing et commerciaux.

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Savoir mettre en place une stratégie e-commerce ;
- Être en mesure d'orchestrer les bons leviers webmarketing en fonction du parcours d'achat du client ;
- Identifier et optimiser les points de blocage pour améliorer le taux de conversion du site ;
- Savoir développer des engagements pour une marque qui s'ancre dans la société ;
- Pouvoir utiliser le référencement payant et les formats publicitaires pour booster les ventes ;
- Optimiser sa stratégie social media et ses performances publicitaires sur les réseaux sociaux ;
- Définir la notion de KPI et les identifier pour mettre en place une stratégie de mesure orientée ROI ;
- Utiliser Google Analytics pour mesurer l'efficacité des leviers marketing et d'acquisition.

## PUBLIC VISÉ & PRÉ-REQUIS

- Chargé.e de communication, WebDesigner souhaitant monter en compétence sur la stratégie d'acquisition sur le web et sur le e-commerce.
- Intermittent.es du spectacle en charge de promouvoir des créations culturelles.
- Jeunes diplômé.es souhaitant développer des compétences transverses ou se spécialiser dans le marketing digital.
- Connaissances des fondamentaux en stratégie webmarketing et en stratégie d'acquisition sur le web. Vous pouvez vous mettre à niveau des prérequis en suivant les modules de formation s'y rapportant en amont.
- Connaissance de l'outil informatique et d'un environnement (PC/Mac).

## TARIF

1 400 €

Financement sur-mesure possible selon profil, financement AFDAS possible (sous condition d'éligibilité).

## DURÉE DE FORMATION

35 heures.

## CENTRE DE FORMATION

Lyon.

## DÉLAIS D'ACCÈS

Dates à retrouver sur [3is-executive.fr](http://3is-executive.fr)

## MODALITÉS D'ACCÈS

Échange nécessaire téléphonique avec une personne du centre de formation, vous pouvez prendre contact avec le ou la conseiller.e formation du centre où vous souhaitez vous former.

Contacts :

- Lyon : [fc-lyon@3is.fr](mailto:fc-lyon@3is.fr)

## ENCADREMENT

La formation sera assurée par un.e expert.e en Marketing digital.

## EFFECTIFS

20 personnes maximum.

3IS BORDEAUX | 36 rue des Terres Neuves, 33130 Bègles | [fc-bordeaux@3is.fr](mailto:fc-bordeaux@3is.fr) | 05 56 51 90 30 | SIRET 794 436 394 00017 | Code APE 8542Z  
3IS LYON | 7 rue du 35ème Régiment d'Aviation, 69500 Bron | [fc-lyon@3is.fr](mailto:fc-lyon@3is.fr) | 04 72 72 01 01 | SIRET : 824 391 015 00024 | Code APE 8559A  
3IS NANTES | 2 rue Gaspard Coriolis, 44300 Nantes | [fc-nantes@3is.fr](mailto:fc-nantes@3is.fr) | 02 72 25 65 01 | SIRET 894 497 254 00017 | Code APE 8559A  
3IS PARIS | 4 rue Blaise Pascal 78 990 Élancourt | [fc-paris@3is.fr](mailto:fc-paris@3is.fr) | 01 30 69 64 48 | SIRET 345 052 229 00035 | Code APE 8559B

05F15V1 | Fiche programme « Maitriser les ressorts du e-commerce », mise à jour le 09/04/2024 | [www.3is-executive.fr](http://www.3is-executive.fr)



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas sur la mise en place d'une stratégie d'e-commerce à partir d'une situation professionnelle fictive.

## VALIDATION

Attestation de stage.

## MÉTHODES MOBILISÉES

Mise en pratique, étude de cas & apports théoriques.  
Formation en présentiel, distanciel nous consulter.

## DISPOSITIF D'ACCUEIL DES APPRENANT.ES EN SITUATION DE HANDICAP (TEMPORAIRE OU DURABLE) & ACCESSIBILITÉ

Un.e référent.e handicap est à votre écoute sur chaque centre, et plus d'informations sont disponibles également ici : [3is-executive.fr/handicap-et-accessibilite](https://3is-executive.fr/handicap-et-accessibilite)

## PROGRAMME DE FORMATION

### JOUR 1

#### STRATÉGIE E-COMMERCE

- Présentation de la formation et des objectifs ;
- Mettre en place une stratégie e-commerce ;
- Les différentes formes de commerce en ligne ;

#### AMÉLIORER LE TAUX DE TRANSFORMATION DE SON SITE

- Identifier et optimiser les points de blocage ;
- Travailler le tunnel de conversion et le paiement ;
- La livraison comme élément-clé de l'achat e-commerce ;
- Mettre en avant ses produits : le e-merchandising ;
- Bien mettre en avant les éléments de rassurance.

### JOUR 2

#### OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Développer une identité de marque unique et reconnaissable sur les réseaux sociaux ;
- Maximiser les engagements sur ses contenus à forte valeur ajoutée ;
- Être en veille et connaître les tendances social media ;
- Utiliser les contenus générés par les utilisateurs pour maximiser l'engagement : l'UGC ;
- Quelques informations sur les influenceurs : comment les inclure dans sa stratégie sur les réseaux sociaux.

#### SOCIAL ADS : UTILISER LA PUISSANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR DIFFUSER SES PUBLICITÉS

- Découvrir les différents formats publicitaires proposés par les réseaux sociaux
- Appréhender le Gestionnaire de publicités de Méta pour diffuser sur Facebook et Instagram
- Machine Learning : comment faire performer vos publicités ?
- La création publicitaire au service de vos objectifs et de votre image de marque

### JOUR 3

#### LES OUTILS PUBLICITAIRES DE GOOGLE POUR BOOSTER SA PRÉSENCE EN LIGNE ET SES VENTES

- Rappels sur les bases du référencement payant et de l'outil Google Ads ;
- Leviers d'optimisation et fonctionnalités avancées de Google Ads ;
- Les autres formats publicitaires de Google Ads : display, vidéo, shopping ;



- Mettre en place des règles de retargeting ;
- Se mesurer aux concurrents et savoir analyser sa situation face à eux.

### JOUR 4

#### METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE MESURE ORIENTÉE ROI

- Définir la notion de KPI et comment bien les identifier ;
- Macro et micro-conversions sur son site ;
- Bâtir une véritable stratégie de mesure pour être efficace et gagner du temps ;
- Méthodologie de mise en place.

#### DÉCOUVRIR LES OUTILS D'ANALYSE DE LA SUITE GOOGLE : GOOGLE ANALYTICS 4

- Appréhender l'outil Google Analytics 4 et ses paramètres ;
- Développer sa connaissance de l'audience de votre site ;
- Mesurer l'efficacité de vos leviers marketing et d'acquisition ;
- Suivre le comportement des utilisateurs sur votre site ;
- Chiffrer l'atteinte des objectifs et conversions ;

### JOUR 5

#### PRODUIRE DES EMAILINGS EFFICACES

- L'emailing est un levier de fidélisation important ;
- Optimiser ses campagnes d'emailing ;
- Automatiser ses campagnes d'emailing ;
- Notion de lead nurturing ou comment inciter nos prospects à passer à l'acte d'achat ;
- Les outils d'emailing.

#### ÉVALUATION & BILAN

- Évaluation de la formation ;
- Retour et échanges sur la formation et l'évaluation ;
- Perspectives d'approfondissement.