

## Booster son e-commerce et ses ventes en ligne

*Disposer d'un site e-commerce ne suffit pas à générer des ventes.*

*Cette formation permet d'identifier les leviers d'optimisation prioritaires pour augmenter le trafic qualifié, améliorer le taux de conversion et maximiser le chiffre d'affaires en ligne.*

*À partir d'analyses concrètes et de cas réels, les participants apprennent à :*

- Identifier les points de friction sur leur site,
- optimiser l'expérience utilisateur,
- améliorer le tunnel de conversion,
- piloter les indicateurs clés de performance,
- prioriser les actions à fort impact commercial.

*Une approche pragmatique, orientée résultats et performance business.*

**Durée :** 8.00 heures

### Profils des stagiaires

- Responsables e-commerce
- Marketing digital
- Dirigeants
- Chefs de projet web
- Chargés de communication digitale

### Prérequis

- Disposer d'un site e-commerce ou d'un projet e-commerce en activité.
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

### Objectifs pédagogiques

- Analyser la performance d'un site e-commerce
- Identifier les leviers d'augmentation du trafic qualifié
- Optimiser le taux de conversion
- Améliorer le panier moyen
- Structurer un plan d'actions priorisé
- Définir et suivre les KPI e-commerce

### Contenu de la formation

- Diagnostiquer la performance actuelle

## BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



- Lecture des indicateurs clés
- Analyse du tunnel de conversion
- Identification des points de friction
- Analyse concurrentielle rapide
- Augmenter le trafic qualifié
  - SEO e-commerce
  - SEA et campagnes sponsorisées
  - Réseaux sociaux et contenus
  - Emailing et retargeting
  - Marketplaces et partenariats
- Optimiser la conversion
  - Expérience utilisateur (UX)
  - Fiches produits performantes
  - Preuves sociales et avis clients
  - Optimisation mobile
  - Simplification du parcours d'achat
- Piloter et prioriser
  - Définition des KPI e-commerce
  - Tableaux de bord
  - Calcul du coût d'acquisition client
  - Optimisation continue
  - Plan d'actions priorisé 90 jours

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et formatrice, Céline accompagne depuis 2003 des TPE, PME et grands comptes dans le développement et l'optimisation de leurs performances e-commerce. Son approche combine analyse des données, innovation continue et écoute active afin d'identifier les leviers de croissance réellement différenciants. Elle a piloté des stratégies visant à améliorer le taux de conversion, l'expérience utilisateur et le chiffre d'affaires en ligne, en plaçant toujours les besoins clients au cœur des décisions. Ses formations sont pragmatiques, orientées résultats et fondées sur des situations réelles de terrain.

### Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques appliqués
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaire d'évaluation de la formation

## BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

### Tarif de la formation

1600.00 €HT

**TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI**