

# Sécuriser son projet e-commerce en réalisant son e-business model

*Lancer un site e-commerce ne s'improvise pas. Beaucoup d'entreprises investissent dans un site sans avoir validé leur modèle économique, leur potentiel marché ou leur budget réel.*

*Cette formation permet de :*

- Étudier la viabilité d'un projet e-commerce
- Définir un e-business model adapté
- Évaluer le potentiel marché et la concurrence
- Construire un budget prévisionnel réaliste
- Identifier les erreurs stratégiques à éviter

*Basée sur des exemples concrets et des données réelles (marché, taux de conversion, coûts d'acquisition, financement), elle permet aux participants de structurer un projet e-commerce avec méthode avant d'engager des investissements.*

**Durée :** 8.00 heures

## Profils des stagiaires

- Dirigeant.e
- Responsable marketing
- Responsables digital
- Chef.fe de projet
- Responsable commercial
- Toute personne impliquée dans la réflexion ou le pilotage d'un projet e-commerce

## Prérequis

- Aucun prérequis technique avancé.
- Avoir un projet e-commerce en réflexion ou en cours.
- 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 le potentiel marché d'un projet e-commerce
- Identifier ses concurrents directs et indirects en ligne
- Évaluer les indicateurs clés de performance concurrentiels
- Déterminer un e-business model adapté à son activité
- Structurer un e-business model cohérent
- Calculer un budget prévisionnel e-commerce

- Identifier les principales erreurs à éviter dans un projet e-commerce

### Contenu de la formation

- Réaliser une analyse stratégique préalable
  - Comprendre les enjeux actuels du e-commerce
  - Évaluer le potentiel marché (clients + prospects)
  - Calculer un objectif réaliste de pénétration
  - Identifier et analyser les concurrents en ligne
  - Étudier les marketplaces comme solution test
- Élaborer son e-business model
  - Différence entre business model et business plan
  - Comprendre les principaux business models e-commerce
  - Identifier le bon modèle économique pour son projet
  - Mixer plusieurs modèles si nécessaire
  - Structurer son modèle via le Business Model Canvas
  - Valider la capacité du modèle à générer du revenu
- Construire un budget réaliste
  - Identifier l'ensemble des coûts
  - Calculer le chiffre d'affaires prévisionnel
  - Estimer le trafic nécessaire pour atteindre l'objectif
  - Calculer le coût d'acquisition client
  - Éviter les erreurs fréquentes
- Sécuriser et financer son projet
  - Identifier les sources de financement et d'aides possibles
  - Analyser la rentabilité et le seuil de viabilité
  - Construire une feuille de route réaliste
  - Identifier les facteurs clés de succès d'un projet e-commerce

### Organisation de la formation

#### Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et formatrice, Céline accompagne depuis plus de 20 ans les TPE, PME, grands groupes et start-up dans la conception et le pilotage de leurs projets digitaux et e-commerce. Elle a elle-même créé et développé plusieurs start-up, avec les enjeux réels de modèle économique, de rentabilité, de financement et de prise de risque que cela implique. Cette double expérience, entrepreneuse et accompagnatrice d'entreprises, lui permet d'apporter une approche pragmatique et structurée, centrée sur la viabilité du e-business model et la sécurisation des investissements. Ses formations sont ancrées dans des situations réelles, avec des données concrètes et des retours d'expérience terrain.

#### Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques appliqués
- Etudes de cas concrets
- 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.

## BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



- 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
- Formulaires d'évaluation de la formation
- 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**