

Optimiser ses canaux de vente : tendances du commerce connecté

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Introduction au e-commerce et usages clients qui se sont accélérés

- Chiffres clés du e-commerce
- Principaux usages clients
- Concevoir un site e-commerce, accessible, efficace et rassurant

Atelier : SWOT de vos canaux de vente

2. Web-to-Store et web-in-store

- Web-to-store : les nouveaux parcours d'achat
 - Les leviers digitaux en local
 - Comment générer un trafic web pour vos magasins physiques
 - Web-in-store : la digitalisation du point de vente
- Atelier :** mise en place d'une stratégie web-to-store / web-in-store
- Quelle passerelle de services et d'insights client imaginer entre magasin physique et e-commerce

JOUR 2

3. Utiliser les leviers digitaux pour acquérir de nouveaux clients

- Le référencement naturel et le paid search
- Les moteurs de recherche shopping
- Display et programmation
- Relationnel, messageries instantanées, emailing et médias sociaux
- Affiliation et retargeting
- Compérateurs de prix et marketplaces
- Le social commerce

Atelier : quels leviers digitaux choisir ?

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 990 euros HT

INTERVENANTS

Julien LAMOURET, fondateur - agence KWAN
Jérémy HOY, Managing Director GroupM Commerce - GroupM France

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

4. Social commerce, retail media et dernières tendances du commerce connecté

- Le poids des visuels produit
- Savoir engager des communautés pour favoriser avis et prescription client
- Construire une stratégie de content marketing via des contenus d'aide à la décision
- Favoriser la viralité sur les plateformes sociales

Atelier : Mise en place d'un dashboard acquisition et conversion

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour analyser la pertinence et les performances de ses canaux de vente en ligne (site e-commerce, social commerce, marketplaces et retailers, passerelles avec les ventes physiques), et accroître le trafic vers ces points de vente

COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender la communication digitale comme un vecteur de trafic en points de vente
- Intégrer des dispositifs digitaux en boutique physique
- Découvrir les dernières tendances de la vente en ligne

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne souhaitant optimiser les performances ou compléter ses canaux de vente

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

sur place ou à distance

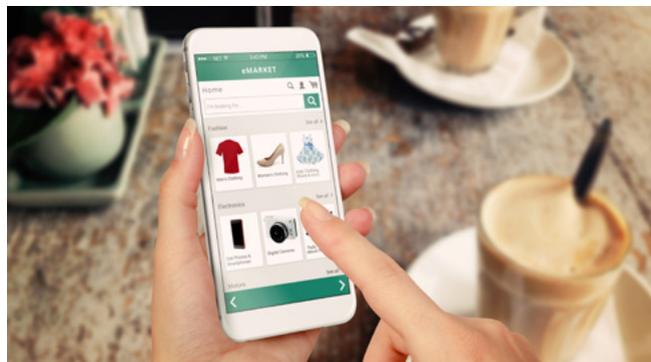


Photo par vlado85 sur Shutterstock

CH:2 Ventes et relation client, retail et e-commerce | EC1

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 01 43 12 15 28 - inscription@mediainstitute.eu