

Cours de synthèse de 1  
jour(s)  
Réf : VEL

## Participants

Responsables communication et marketing, chefs de projet Web et e-Commerce, chefs de produit, commerciaux.

## Pré-requis

Connaissances de base des problématiques de vente d'un site e-Commerce.

Prix 2019 : 980€ HT

## Dates des sessions

**PARIS**

04 oct. 2019

## Modalités d'évaluation

L'objectif de cette formation étant essentiellement de fournir une synthèse des méthodes et technologies existantes, il n'est pas nécessaire d'avoir recours à une évaluation des acquis.

## Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

## Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui

# E-merchandising : optimiser ses ventes en ligne

*Vous cherchez à optimiser la rentabilité de votre site ? A partir d'exemples concrets et d'analyse des pratiques des meilleurs sites e-Commerce, ce séminaire vous permettra de repartir avec des solutions concrètes d'optimisation de votre catalogue produits.*

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Identifier les meilleures pratiques pour optimiser votre efficacité commerciale  
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

### 1) Comprendre le e-Merchandising

#### 2) Mettre en avant ses produits et transformer en acte d'achat

### 3) Présenter l'offre de manière captivante

#### 4) Faire vivre le e-Merchandising

## Méthodes pédagogiques

Présentation interactive permettant l'échange de bonnes pratiques. Exercices sous forme de quiz ou de tests.

## 1) Comprendre le e-Merchandising

- Les fonctionnalités de recherche et de présentation produits.
- Les procédures d'achat pour mieux vendre sur un site marchand.
- Le lien entre e-Merchandising et e-Commerce.
- Du merchandising au e-merchandising.
- Les facteurs clés de succès sur le taux de transformation, le chiffre d'affaires et le montant du panier moyen du site.

## 2) Mettre en avant ses produits et transformer en acte d'achat

- La page d'accueil : une vitrine à soigner.
- Le Navandising ou Merchandising appliqué à la navigation.
- La qualité des listes de produits : les clés de succès.
- La fiche produits : les règles essentielles d'une bonne conception.
- Les différents taux de transformation et leurs indicateurs de mesure.
- Les leviers pour augmenter son taux de transformation.
- Les autres indicateurs clés de performance (KPI) à prendre en compte.
- Le rôle essentiel de la photo dans la transformation en acte d'achat.

## 3) Présenter l'offre de manière captivante

- L'enjeu crucial de la structure de la liste produits : exemples de listes structurées et déstructurées.
- Les filtres et sliders.
- Le fonctionnement du Cross-Selling.
- L'utilisation du Up-Selling.
- L'analyse du tunnel d'achat : de la fiche produit à la confirmation de commande.
- Le look idéal d'une fiche produit et les éléments de rassurance à mettre en avant.
- La sélection par la photo et les autres éléments multimédia.
- La fiche produit et la méthode de l'Eye Tracking.

## 4) Faire vivre le e-Merchandising

- La gestion de l'espace promotionnel : les bonnes pratiques.
- Les grandes familles de promotions.
- Les moyens de relayer les promotions sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, You Tube...
- Les mécanismes de l'affiliation : communiquer les promotions sur les sites partenaires.
- Déportaliser son catalogue produit.
- Travailler son référencement naturel, acheter des mots clés.
- Tenir compte de la réalité augmentée.
- Pratiquer le storytelling.

est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.