

Formation E-commerce – 3 jours

Jour 1 : Comprendre l'e-commerce et son écosystème

Objectif : connaître les fondamentaux du commerce en ligne et les leviers clés

Matin : Panorama du e-commerce

- Définition et enjeux du e-commerce.
- Différence entre e-commerce B2C, B2B et marketplaces.
- Analyse des tendances et chiffres clés du marché.
- Étude des parcours clients et comportements d'achat en ligne.

Après-midi : Choix de la plateforme

- Introduction aux solutions e-commerce : Shopify, WooCommerce, Prestashop, Magento.
- Critères de choix : budget, fonctionnalités, évolutivité, design, facilité d'utilisation.
- Présentation de l'écosystème technique : hébergement, nom de domaine, certificats SSL.
- Préparation du projet e-commerce : produits, catégories, inventaire, prix.

Exercice pratique :

- Définir le type de boutique et les produits à vendre pour un projet fictif.
- Identifier la plateforme la plus adaptée à ce projet.

Jour 2 : Création et gestion de la boutique en ligne

Objectif : être capable de créer une boutique fonctionnelle et attractive

Matin : Configuration de la boutique

- Installation et configuration de la plateforme choisie (WooCommerce ou Shopify).

- Paramètres généraux : devise, taxes, livraison, moyens de paiement.
- Gestion des produits : fiches produit, variantes, images, descriptions optimisées.
- Gestion des catégories et navigation sur le site.

Après-midi : Contenus et design

- Choix et personnalisation d'un thème adapté au e-commerce.
- Création des pages essentielles : accueil, boutique, produit, contact, CGV.
- Introduction aux plugins ou applications essentiels : SEO, sécurité, marketing.
- Optimisation du parcours client : ergonomie et expérience utilisateur (UX).

Exercice pratique :

- Créer 5 fiches produit complètes avec images, descriptions et prix.
 - Configurer les catégories et menus de navigation.
-

Jour 3 : Marketing, vente et suivi de performance

Objectif : savoir attirer des clients et analyser les résultats

Matin : Stratégies marketing pour e-commerce

- Introduction au référencement naturel (SEO) pour e-commerce.
- Publicité payante (Google Ads, Facebook Ads) : principes et ciblage.
- Email marketing et newsletter pour fidéliser les clients.
- Utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir la boutique et les produits.

Après-midi : Suivi et optimisation

- Analyse des indicateurs clés : trafic, taux de conversion, panier moyen, abandon de panier.
- Introduction à Google Analytics et tableaux de bord e-commerce.

- Techniques d'optimisation continue : A/B testing, amélioration des fiches produits, promotions.
- Bonnes pratiques de gestion opérationnelle : stocks, service client, expédition, retours.

Exercice pratique :

- Créer une campagne simple pour un produit sur Google Ads ou Facebook Ads (conceptuel si pas de budget réel).
- Mettre en place un tableau de suivi des indicateurs pour un suivi concret des performances.



Remarques pédagogiques :

- Les 3 jours alternent théorie et pratique pour garantir une **mise en application immédiate**.
- L'objectif est de rendre les participants **autonomes sur la création, la gestion et la promotion d'une boutique en ligne**.
- Les notions avancées (optimisation SEO poussée, campagnes publicitaires complexes, intégrations logistiques) peuvent être proposées dans un module avancé complémentaire.