

Au cours de cette formation, les participants seront initiés aux principaux enjeux de l'e-commerce et apprendront à mettre en place une stratégie efficace pour leur entreprise. En fin de formation, les participants seront en mesure de comprendre les enjeux de l'e-commerce et de proposer des solutions adaptées pour leur entreprise.

## PROGRAMME

### Introduction à l'e-commerce

- Présentation des concepts clés de l'e-commerce.
- Les avantages et les défis de l'e-commerce.
- L'importance de l'e-commerce dans l'économie mondiale.

### La planification et la mise en place d'une stratégie e-commerce

- Élaboration d'un plan stratégique pour l'e-commerce.
- Choix d'une plateforme e-commerce appropriée.
- Conception d'une expérience utilisateur optimale.

### Le marketing en ligne pour l'e-commerce

- Les fondamentaux du marketing en ligne.
- Les canaux de marketing en ligne.
- Les meilleures pratiques en matière de marketing en ligne.

### La gestion des commandes, des stocks et de la livraison

- Gestion des commandes et des paiements.
- Gestion des stocks et de l'inventaire.
- La logistique et les options de livraison.

### La gestion des relations avec les clients en e-commerce

- L'importance de la relation client dans l'e-commerce.
- Les stratégies de fidélisation des clients en e-commerce.
- La gestion des retours et des remboursements.

### La sécurité et la confidentialité dans l'e-commerce

- Les menaces de sécurité et de confidentialité dans l'e-commerce.
- Les mesures de sécurité pour protéger les données des clients et de l'entreprise.
- Les normes et les réglementations en matière de sécurité dans l'e-commerce.

### L'analyse des données et l'optimisation en e-commerce

- L'importance de l'analyse des données dans l'e-commerce.
- Les outils d'analyse de données pour l'e-commerce.
- L'optimisation de l'e-commerce grâce à l'analyse des données.



3

JOURS

21

HEURES

## OBJECTIFS

Savoir élaborer et mettre en œuvre une stratégie e-commerce efficace  
Comprendre les fondamentaux du marketing en ligne et des canaux de marketing en ligne  
Maîtriser les processus de gestion des commandes, des stocks, de la livraison et des relations avec les clients  
Connaître les mesures de sécurité et de confidentialité nécessaires pour protéger les données des clients et de l'entreprise

## PUBLIC | PRÉREQUIS

### PUBLIC

Chefs de projet Web Responsables de communication, responsables marketing Attachés de presse

### PRÉREQUIS

Connaissance du Community management et des réseaux sociaux

## INFOS PRATIQUES

### HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

### MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

## DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte