

Durée : 2 jour(s)

## Objectifs

Tirer profit des opportunités d'internet  
Intégrer internet avec succès dans la stratégie Marketing de l'entreprise  
Générer du trafic sur son site et fidéliser sa cible on-line et acquérir les bases pour mettre en œuvre une stratégie e-commerce multicanal.

## Pré-requis

Responsable marketing ou commercial ayant à développer le E-commerce, Responsable de site marchand, Chef de projet site e-commerce, E-merchandiser, E-commerçant.  
Maîtriser l'outil internet et être capable de "surfer" sur le Net

## Plan de cours

1. Maîtriser les différentes fonctions d'un site Web  
Présentation de l'entreprise et ses produits  
Promotion Vente directe et indirecte : ouverture de nouveaux marchés et supports avant et après vente
2. Elaborer des contenus percutants  
Contenus rédactionnels et graphiques  
Maîtriser les solutions de vente sur Internet  
Le merchandising et la PLV en ligne  
Les offres promotionnelles pour fidéliser les e-shoppers.
3. Elaborer et mettre en œuvre la stratégie e-commerce  
Connaître les spécificités du marketing indirect multicanal  
Points de vente connectés, médias sociaux, télévision, mobile et tablettes  
Structurer le dispositif autour du parcours client et la segmentation  
Différents modèles : web to store, mobile to store to web, store to web...  
CRM et synergie entre canaux.
4. Gérer le site et suivre ses contacts  
La mesure d'audience Objectifs, techniques et analyses  
Les supports de vente Documentation, mot de passe, catalogue, confirmation de commandes,...