

The e-Commerce Academy  
28 bd Poissonnière  
75009 Paris  
T. +33 (0) 1 45 63 19 89  
contact@ecommerce-academy.fr  
<http://www.ecommerce-academy.fr/>

## Stratégie e-Commerce : Devenir e-Commerçant !

Vous rêvez de vous lancer dans la Vente en ligne mais ne savez pas comment faire ? Vous possédez déjà une boutique e-Commerce mais vous souhaitez avoir plus d'informations pour éviter les embuches ? Trois jours pour apprendre à bien démarrer votre affaire, et vous offrir les clefs d'une gestion et d'un pilotage réussis.

### Description

La formation Stratégie e-Commerce : Devenir e-Commerçant aborde la gestion d'une boutique e-Commerce. Celle-ci intervient de façon transversale à tous les métiers, mais s'adresse plus spécifiquement aux futurs gérants & responsables e-Commerce.

Au cours de notre formation Stratégie e-Commerce : Devenir e-Commerçant, vous aborderez les notions de base de la Vente à Distance, les spécificités liées à la Vente en ligne, ainsi que toutes les facettes relatives à la création d'une entreprise de VAD au sens large.

Faire une étude de marché simple et efficace, monter votre business-plan web, créer votre site e-Commerce avec un cahier des charges rigoureux et en connaissant les avantages des différentes solutions vous donnera un excellent point de départ, mais cela ne s'arrête pas là : il faut penser à la présentation des produits, au processus de commande, aux moyens de paiement et leur sécurisation, à la logistique et ses risques à maîtriser, aux fournisseurs, à la livraison et enfin à l'ensemble du flux que devra digérer votre Système d'Information.

Une fois ces obstacles levés, il faudra générer du trafic vers votre boutique, convertir vos utilisateurs attirés par votre offre et enfin fidéliser votre clientèle.

Pour terminer, un approfondissement du contexte législatif est un préalable indispensable au démarrage de tout projet.

### Objectifs

Apprendre à faire une étude de marché simple et efficace : testez vos idées !

Monter votre Business-Plan : structurer vos idées !

Créer votre site e-Commerce : budget, cahier des charges et solutions

Gérer votre boutique en ligne

Optimiser le pilotage : référencement, webmarketing & ergonomie web

« Derrière chaque réussite, il y a toujours eu des hommes et un projet »

## Prérequis

L'environnement Web  
Le Commerce et la Vente à Distance (notions)  
Profils marketing, créatif, ou technique

## À l'issue de la formation

Une assistance professionnelle d'une durée de deux heures est assurée par les experts de l'Academy dans les six mois suivant la formation.

# Plan de formation

## Jour 1

### Pour bien démarrer votre boutique e-Commerce

- Au commencement est l'idée
  - Définition de votre projet
  - Comment faire une étude de marché simple & efficace
  - Quelle sera votre identité ?
  - Quels seront vos produits ?
  - Qui seront vos clients ?
  - Quels seront vos prix ?
  - Analyse concurrentielle
- Transformez une idée en Business-Plan
  - Qu'est-ce qu'un Business-Plan ?
  - Pourquoi en rédiger un ?
  - Comment le rédige-t-on ?
  - Parts de marché, investissement et rentabilité
  - Apports financiers
- Devenir e-commerçant !
  - Dans e-commerçant, il y a « commerçant »
  - Avantages et inconvénients de la vente à distance
  - Créer votre fichier-clients
  - Comment prospecter ?
  - Trouvez vos fournisseurs
  - Immatriculer votre entreprise
  - Quel statut pour votre entreprise ?
  - Embaucher : qui, quoi, quand et combien ?
  - Vendre à l'international ?
  - Adapter votre e-Commerce à une stratégie multi-canal

## Jour 2

### Créer votre site e-Commerce

- Budget
- Spécifiez vos besoins
- Pensez orienter utilisateurs
- Rédigez un cahier des charges rigoureux
- Choisissez la solution adéquate
- Sélectionner un prestataire pour la réalisation
- Sélectionner un prestataire pour l'hébergement
- N'oubliez pas d'avoir un avis objectif !
- Testez les réalisations : recette & tests utilisateurs
- Une version mobile de votre site ?

### Gérer votre site

- Le catalogue en ligne
- La présentation des produits
- Le processus de commande
- Les moyens de paiement & leur sécurisation
- La logistique
- La livraison
- Les flux d'information et votre SI
- Le SAV

### Piloter votre offre commerciale & gestion de la relation client

- Mettre en place vos KPI's
- Définir ses objectifs
- Générer du trafic : la prospection offline
  - Téléphone
  - Mailing
  - Relations Presse
  - Asile-colis
  - Remises
  - Cadeaux
  - Jeux, concours & autres
- Générer du trafic : la prospection sur Internet
  - Référencement : payant & naturel
  - Webmarketing
  - Publicité
  - Newsletter
  - E-Mailing
  - Places de marché
  - Comparateur de prix
  - Affiliation
  - Codes de réduction
  - Relations Presse & relations avec vos internautes
  - Web 2.0 & réseaux sociaux
- Réputation en ligne
- Travailler votre Qualité pour convertir plus : Ergonomie web

### Contexte législatif

- Déclarer son site à la CNIL
- Copyright
- Droit à l'image
- Mentions légales
- Spécificités de la vente à distance
- Problématiques liées au paiement

### Jour 3

## Mise en pratique des 2 journées théoriques dans votre contexte de création de site

(si vous n'avez pas les éléments requis, une aide à leur rédaction vous sera systématiquement proposée)

- **Business-Plan** : étude de votre Business-plan si déjà effectué. Sinon rédaction du plan et analyse des actions à mener pour le compléter
- **Cahier des charges** : étude de votre cahier des charges si déjà effectué. Sinon, rédaction du plan de votre cahier des charges et des analyses des points de réflexion à mener
- **Le benchmark concurrentiel** : qui sont vos concurrents et comment analyser leur offre, leur positionnement et leurs choix stratégiques
- **Solutions technologiques** : étude de votre solution choisie ou mise en place d'un benchmark des solutions existantes en fonction de vos besoins
- **Votre fichier-client** : créer son fichier-client et le maintenir à jour. Actions à mener pour l'enrichir et l'exploiter.
- **Catalogue en ligne** : étude de la largeur et de la profondeur de gammes de votre catalogue. Etude de la présentation de vos produits.
- **Homepage** : étude de la présentation de votre homepage, son utilité et son utilisabilité.
- **Processus de commande**
- **Moyens de paiement**
- **Logistique & fournisseurs**
- **Livraison**
- **SAV**
- **Tests utilisateurs**
- **A/B testing**

# L'Academy s'engage

## Centre de formations e-Commerce de référence

Centre de formations e-Commerce de référence, l'Academy s'engage à proposer des formations e-Commerce garantissant le meilleur retour sur investissement possible. Une méthodologie de travail rigoureuse, une constante adaptation à la réalité des projets, un investissement communautaire constant, garantit un haut niveau d'expertise en formation, conseil et audit.

## Professionnalisme et expertise

Certifiés et reconnus par les éditeurs et fortement investis dans la Communauté Francophone, les experts de l'Academy sont en mesure de garantir un niveau d'expertise sans équivalent. Cette expertise, combinée à leurs valeurs de rigueur et d'exigence, est transmise sans aucune rétention d'information dans le cadre des formations. Ainsi, les stagiaires bénéficient des conseils issus des différentes expériences des experts formateurs.

## Retour sur investissement

Grâce à des formations adaptées, complètes et en phase avec la réalité des projets e-Commerce, l'Academy est en mesure de garantir un retour sur investissement rapide : une semaine de formation permet ainsi d'économiser 3 à 4 mois d'apprentissage autodidacte. Le support de formation, riche et complété des conseils avisés des experts de l'Academy, permet de retrouver par écrit les points travaillés pendant la formation. De plus, toutes les formations sont accompagnées de deux heures d'assistance professionnelle, dans les six mois suivant la formation.

## Approche sur-mesure

Dès votre premier contact avec l'Academy, un expert e-Commerce analyse vos besoins et détermine avec vous la meilleure réponse à y apporter. Une offre de formation riche et adaptée aux besoins de chacun nous permet de communiquer des propositions de formations toujours strictement guidées par les besoins et adaptées à ceux-ci. De plus, les dernières journées des formations dispensées sont dédiées à un travail en détail sur des sujets concrets au choix du stagiaire. Cette approche sur-mesure garantit l'acquisition de connaissances spécifiques tout en ayant parfaitement assimilé l'ensemble des connaissances préalables.

## Indépendance et transparence

Centre de formation uniquement, l'Academy n'a aucunement vocation à réaliser des prestations de développement ou d'intégration. L'Academy s'engage donc sur un principe de non-concurrence, et garantit la confidentialité des informations stratégiques qui lui sont communiquées. Centre e-Commerce de référence, l'indépendance de l'Academy vis-à-vis des éditeurs garantit des formations, du conseil et des audits transparents, sans complaisance.