MARKETING - MARKETING DIGITAL

E-commerce : construire sa stratégie, choisir ses outils et optimiser ses ventes

La boutique est en ligne mais les commandes ne suivent pas. Le catalogue a été repris tel quel du papier, les fiches produits disent peu de chose, le coût d'acquisition monte à chaque campagne et personne ne sait ce que rapporte réellement une commande une fois la livraison et les retours déduits. Les décisions se prennent au ressenti faute de lecture du tunnel de vente. Ces deux jours donnent une méthode complète. Le participant clarifie son positionnement et son modèle de vente, structure son catalogue et ses fiches produits, organise ses leviers d'acquisition puis apprend à lire les statistiques de son site pour repérer les points de déperdition et décider quoi corriger en premier.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 640 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Responsables e-commerce débutants ainsi que chargés de marketing digital et dirigeants de TPE ou PME développant la vente en ligne.

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Positionner son offre en ligne au regard de son marché et de ses marges
- Choisir une solution de vente en ligne adaptée à sa taille et à son catalogue
- Structurer ses fiches produits pour la conversion et le référencement naturel
- Piloter ses leviers d'acquisition à partir d'un coût par commande
- Analyser son tunnel de vente et prioriser les points de déperdition

03 Programme détaillé

M1 Stratégie et modèle de vente en ligne

- Décider avant d'ouvrir la boutique
- Positionnement de l'offre et lecture des concurrents en ligne
- Choix entre site propre place de marché et vente sur les réseaux
- Construction du prix de vente intégrant la logistique et les retours
- Définition d'une promesse de livraison tenable
- Atelier : Chaque participant chiffre la marge réelle d'une commande type de son catalogue.

M2 Plateforme et catalogue

- Structurer un site qui transforme
- Critères de choix d'une solution e-commerce selon le volume attendu
- Arborescence du catalogue et logique de navigation
- Rédaction des fiches produits pour la conversion
- Parcours de paiement et réduction des frictions
- Affichage des stocks et des délais
- Cas pratique : Les participants réécrivent une fiche produit puis confrontent les versions sur la clarté de l'argumentaire.

M3 Acquisition et fidélisation

- Amener du trafic qualifié et le faire revenir
- Référencement naturel des pages catégories et produits
- Campagnes payantes et présence sur les comparateurs
- Messages de relance de panier et programmes de fidélité
- Avis clients et éléments de réassurance
- Atelier : Chaque participant construit un plan d'acquisition classé par coût attendu par commande.

M4 Mesure et optimisation

- Faire progresser le taux de transformation
- Lecture du tunnel de conversion étape par étape
- Suivi du panier moyen et de la récurrence d'achat
- Méthode de test d'une modification de page
- Traitement du service après-vente et des retours
- Cas pratique : À partir de statistiques de navigation les participants désignent l'étape de déperdition à corriger en priorité.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 640 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr