



(Mallette du Dirigeant) Le Web et le E-Commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

PUBLIC

Chefs d'entreprises, gérant non salarié et conjoint collaborateur d'entreprises commerciales, industrielle et de services

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux d'une présence sur le web
Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine
Assurer sa présence sur le web au travers d'un site d'e-commerce
Analyser le trafic de son site

DÉROULEMENT PÉDAGOGIQUE

Alternance d'apports théoriques et d'exercices d'application

PROGRAMME DU STAGE

INTRODUCTION A INTERNET

Vocabulaire spécifique à Internet

Types de sites internet

Recherches efficaces sur Internet

- Les différents types de moteurs et annuaires de recherche généralistes
- Recherches par mots/expressions clefs/syntaxe, trucs et astuces pour obtenir des résultats pertinents

Les tendances du web

AVANT DE CREER SON SITE

Comprendre le vocabulaire technique

Cahier des charges

Contraintes légales

Préparation des contenus

Présentation et initiation aux outils de création de site

Internet

Ecueils à éviter etc.

CREER UN SITE WEB VITRINE SUR (Prestashop,

WordPress, WooCommerce ou Joomla)

Déposer un nom de domaine

Trouver un hébergeur pour son site

Définir l'arborescence

Les différents types de contenus

- Organiser les contenus
- Structurer la navigation
- Concevoir les pages
- Appliquer une charte graphique
- Préparer et intégrer les images
- Insérer des liens hypertexte

Compléter et enrichir le site web

- Rappels sur l'utilité et le fonctionnement des plugins
- Améliorer l'interface utilisateur
- Ajouter des fonctionnalités du réseau social

- Gérer la traduction du site
- Modification simple du thème fourni avec les CSS
- Création d'une page de contenu dynamique

Sécuriser et manipuler le site

- Limiter l'accès du site pendant les travaux
- Déplacer le site d'un serveur à l'autre
- Sauvegarde et restauration de la base de données
- Création d'un intranet

Administrer le site à plusieurs

- Créer des utilisateurs
- Gérer les droits d'accès avancés

ANALYSER LE TRAFIC

Installation d'un traqueur

Analyse des mots-clés et expressions performantes

Statistiques et indicateurs de performance

Mettre en place des tableaux de bords décisionnels

ASPECTS JURIDIQUES

Les obligations légales à respecter dans l'usage de contenus et la collecte de données

FIDELISER LES CLIENTS

Les méthodes pour fidéliser les clients :

- Email de promotion en lien avec les achats déjà effectués
- Evaluation des achats
- Mise en place de carte de fidélité
- Réductions personnalisées
- Invitation VIP

L'ALTERNATIVE DES PLACES DE MARCHÉ

Définition des places de marchés

Intérêts et risques à être présent sur ces plateformes

Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services

DURÉE : 4 jours **PRIX** : 1400 € nets de taxe