



Formation éligible au CPF avec attestation sur l'honneur de votre statut actuel de créateur ou de repreneur d'une boutique e-commerce ou dans le cadre d'un futur projet de création.

Formation longue : Durée 100 heures



ArtAccompagnement

Solution complète E-COMMERCE Shopify / Stratégie / SEO / SMO / SEA / SMA / Facebook Ads / Dropshipping

Objectifs : L'objectif général est de gagner en savoir-faire et monter en compétence dans les domaines du e-commerce, du média social, du dropshipping et du marketing digital. A l'issue de la formation le e-commerçant sera en mesure d'utiliser les bons leviers numériques et la mise en place d'un plan d'actions afin de contribuer à la mise en œuvre et au développement du projet de création ou de reprise d'une entreprise et à la pérennisation de son activité.

Public : E-commerçant déjà installé ou futur entrepreneur souhaitant créer sa boutique en ligne

Prérequis : Admission sur dossier → Auto-évaluation en ligne et attestation sur l'honneur pour vérifier le statut du futur apprenant

Chapitre 1 : Élaborer une stratégie web pour un e-commerce

- Etat d'esprit (mindset)
- Définition e-commerce et les modèles de vente à distance
- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication
- Plan d'actions, objectifs et kpi
- Construire son Identité visuelle sur le web
- Marché, niche et produits
- Création d'une boutique de marque avec shopify
- Aspect réglementaire et juridique d'un e-commerçant

Chapitre 2 : Configuration de votre e-commerce avec Shopify

- Inscription et connexion à votre boutique en ligne
- Rédiger les mentions légales et les conditions générales d'utilisation, de vente ainsi que les politiques de remboursement d'un produit et la politique de confidentialité
- Réglages de la boutique
- Choisir le thème idéal pour votre boutique
- Création collections manuelles et automatiques
- Ajouter vos premiers produits propriétaires
- Remplir une fiche produit efficace avec un éditeur wysiwyg
- Configurer les méthodes de paiement
- Configurer les zones de livraison
- Sélectionner un nom de domaine personnalisé
- Configurer l'adresse mail professionnel de votre boutique
- Enregistrer des scénarios automatisés de parcours utilisateur

Chapitre 3 : Implémenter à votre e-commerce une solution en dropshipping

- Définition du dropshipping
- Comment choisir la bonne plate-forme pour son e-commerce en dropshipping ?
- Choix des fournisseurs en fonction de l'activité
- Vendre des produits non propriétaires sur shopify en utilisant des applications de dropshipping

Notre approche

Formation distancielle par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf / replays

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique /
Evaluation de départ / Suivi des inscriptions / Attestation sur l'honneur /
Validation des dossiers de formation dans un délai maximum d'un mois /
Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons
à nous préciser votre handicap.



Formation éligible au CPF avec attestation sur l'honneur de votre statut actuel de créateur ou de repreneur d'une boutique e-commerce ou dans le cadre d'un futur projet de création.

Formation longue : Durée 100 heures



ArtAccompagnement

- Comment sourcer des produits et quel support de vente privilégier pour réussir son e-commerce en dropshipping ?
- Importer directement vos autres produits et variantes de votre fournisseur en dropshipping en livraison directe dans shopify
- Suivi des stocks et prise de décision en cas de rupture chez le fournisseur
- Traiter les commandes dans shopify (produits propriétaires et non propriétaires)
- Traiter les commandes en tant que dropshipper
- Logisticiens pro
- Print On Demand
- Packaging minimum viable
- Agents privés d'approvisionnement
- Gestion des demandes et des suivis
- Gestion du SAV et du back-end

Chapitre 4 : Référencement naturel et payant

- Les leviers du webmarketing
- Comment améliorer sa stratégie web
- LA PERFORMANCE D'UN SITE WEB
- Le référencement et les techniques d'optimisation
 - Analyse des résultats d'une recherche
 - SEO contre SEA
 - Principe de fonctionnement d'un moteur de recherche
- Les principes du SEO : les 3 piliers
 - Technique
 - Sémantique
 - Réputation
- Principe de la longue traîne
- Typologie des requêtes
- Couverture sémantique et ciblage
- Les bonnes pratiques et les pièges à éviter en matière de conception de site Web
- Frais supplémentaires d'applications SEO et AUTRES
- Optimisation on site et off site
- Stratégie de netlinking, liens entrants et sites référents
- Optimisation de contenu avec les données structurées
- Référencement des pages et produits dans shopify
- Référencement des images

Notre approche

Formation distancielle par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf / replays

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique /
Evaluation de départ / Suivi des inscriptions / Attestation sur l'honneur /
Validation des dossiers de formation dans un délai maximum d'un mois /
Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons
à nous préciser votre handicap.



Formation éligible au CPF avec attestation sur l'honneur de votre statut actuel de créateur ou de repreneur d'une boutique e-commerce ou dans le cadre d'un futur projet de création.

Formation longue : Durée 100 heures



ArtAccompagnement

Chapitre 5 : Élaborer une stratégie marketing dans shopify

- Mise en place de la Stratégie
- Les différents canaux de vente
 - Online store
 - Facebook shop / Instagram shop / Chat Messenger
 - Shopify PDV
 - Bouton d'achat
 - Cdiscount, Amazon, eBay, Google shopping
- Marketing de contenu
 - Activité de la Page facebook (événement, publication, offre couplée avec site internet)
 - Constructeur de pages de vente et autres landing pages
 - Publication de posts automatique sur facebook et instagram
- Campagnes marketing par email
- Campagnes marketing par sms
- Marketing pour ventes et remises
 - Mettre en place des cartes cadeaux
 - Codes de Réduction et réduction auto
 - Barre expédition gratuite
- Promouvoir vos produits grâce à de la publicité
 - Définissez et identifiez vos audiences cibles
 - Création d'une campagne d'acquisition Facebook ads
 - Exemple avec Google ads express
 - Autres régies publicitaires (Snapchat ads, Pinterest ads, Twitter ads, LinkedIn ads, Tic toc ads...)
- Marketing d'influence
- Marketing pour fidéliser la clientèle
- Tunnels de vente et de conversion

Chapitre 6 : Analyse des cibles, du trafic, de l'indexation et des résultats

- Analyse de vos résultats dans shopify
- Mesure d'audience et analyse des résultats avec différents outils.
- Analyse de vos résultats dans business manager avec le pixel Facebook
- Analyse de vos résultats dans Google analytics
- Analyse de votre référencement avec la Google search console

Conclusion : Résumé des stratégies et rappel du plan d'actions

Notre approche

Formation distancielle par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf / replays

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique /
Evaluation de départ / Suivi des inscriptions / Attestation sur l'honneur /
Validation des dossiers de formation dans un délai maximum d'un mois /
Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons
à nous préciser votre handicap.