ACCÉLÉRER SES VENTES

BOOSTER SES VENTES EN LIGNE GRÂCE AUX MARKETPLACES

Qu'elles soient généralistes, spécialisées ou locales, **les marketplaces sont devenues des points de vente digitaux incontournables.** Vendre ses produits via une marketplace, c'est **capitaliser sur une notoriété de marque et des mécaniques de référencement** pour toucher des publics de manière large et rapide. Mais c'est aussi se conformer aux règles et mécaniques de fonctionnement de ces plateformes pour maximiser son exposition.

Cette formation d'une journée s'adresse à toute personne, impliquée dans le cycle de vente d'une organisation qui vend déjà en ligne, souhaitant **découvrir le fonctionnement des marketplaces pour en exploiter au mieux les règles** et **fonctionnalités afin de valoriser ses produits et augmenter ses ventes.**

Objectifs

- **Comprendre les règles de fonctionnement** des marketplaces
- **Identifier les marketplaces les plus pertinentes** par rapport à sa stratégie commerciale
- **Configurer son espace et paramétrer ses fiches produits** sur une marketplace
- **Optimiser le référencement** des produits de son catalogue

Publics cibles

Ce parcours est ouvert **à toute personne impliquée dans la stratégie commerciale d'une organisation** qui souhaite s'ouvrir aux places de marché digitales pour compléter ses canaux de vente en ligne.

Pré-requis

> Expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine commercial et l'exploitation d'une boutique e-commerce

> Utilisation professionnelle régulière des outils numériques

> Exploitation d'une boutique en ligne pour son organisation

NB : chaque participant devra venir en formation avec son propre ordinateur portable

Programme

La formation insistant sur une pédagogie participative est proposée en présentiel, dure 7 heures et est déployée sur deux demi-journées consécutives (9h30 – 13h00 / 14h – 17h30)
Théorie x Cas pratiques x Modalités d'évaluation

1. Appréhender les marketplaces :

> Comprendre l'utilité, les avantages et les inconvénients des marketplaces

> Cartographier le paysage des marketplaces

> Décoder les règles de fonctionnement d'une marketplace

> Choisir la bonne marketplace pour sa stratégie commerciale (notoriété, taille de marché, présence de la concurrence, commissionnement, etc.)

> Comprendre les complémentarités entre site e-commerce et marketplaces

2. Concevoir et rédiger des fiches produits :

> Réaliser une étude de la concurrence sur la marketplace

> Remplir une fiche produit (image, description, caractéristiques, etc.)

> Optimiser le référencement de ses produits

3. Gérer son espace de vente sur une marketplace :

> Suivre ses ventes

> Gérer le service après-vente

> Faire du reporting pour suivre les résultats de ses ventes

> Intégrer ses flux de ventes au dispositif de reporting commercial de son organisation

4. Exploiter le potentiel communautaire des marketplaces

> Gérer les commentaires sur ses produits

> Fidéliser une clientèle sur une marketplace

Compétences ciblées

> Intégrer les marketplaces dans sa stratégie commerciale afin d'augmenter son chiffre d'affaires

> Mobiliser les techniques d'optimisation du référencement de son catalogue de produits

> Suivre les ventes et le chiffre d'affaires réalisés sur une marketplace

> Fidéliser ses clients grâce aux marketplaces

Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en amont de la formation, **un questionnaire de positionnement**, dont les résultats sont communiqués au formateur pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation.

La formation repose sur une **approche pédagogique par le faire**, alternant séquences de transmission par le formateur et exercices encadrés de mise en application des compétences, pratiques et postures par les participants.

Chaque séquence pédagogique prévoit la **mise à disposition d'outils et de guides** permettant aux stagiaires de se projeter dans la remobilisation des acquis en situation de travail.

Des **mécaniques de co-développement sont mobilisées pour renforcer l'appropriation des compétences** par les pairs et favoriser l'apprentissage entre pairs.

Formateur

> La formation est assurée par un formateur expert en e-commerce, disposant d'une :

– Expérience professionnelle significative sur la thématique

– Expérience significative en termes d'animation de formation

Un CV du formateur est disponible, sur demande.

Modalités d'évaluation

> Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

Le dispositif d'évaluation est composé de :

– Exercices de mises en situation en session, encadrés par le formateur, pour pratiquer les postures et outils

– Un questionnaire proposé en fin de session pour s'assurer de la bonne rétention des messages principaux de la formation

Une **attestation de réalisation** est remise à chaque participant à l'issue de la formation. Une **attestation de réussite** est remise aux participants satisfaisant **les critères de réussite de la formation.**

Prix et modalités d'accès

La formation est commercialisée en inter-entreprise et en intra-entreprise pour des groupes de 6 à 12 personnes.

Prix HT : à partir de 890€

Programme pédagogique détaillé mis à jour le 1er mars 2024