Les clés du e-commerce

Commerce - Achats - Vente

06/11/2026

Public et prérequis

Porteurs de projet souhaitant créer une activité de vente en ligne
Créateurs ou repreneurs d'entreprise développant un projet e-commerce
Commerçants, artisans, indépendants ou micro-entrepreneurs souhaitant développer leur activité sur internet
Responsables commerciaux, marketing ou communication, amenés à gérer ou développer une boutique en ligne
Salariés souhaitant acquérir les fondamentaux du e-commerce dans le cadre d'une évolution professionnelle

Matrîser les fonctionnalités de base d'un ordinateur et la navigation internet
Disposer d'une première idée de projet commercial ou d'une activité existante constitue un atout, sans être obligatoire

Les objectifs

Comprendre les fondamentaux du e-commerce
Concevoir sa boutique en ligne
Optimiser les ventes et piloter les performances
Développer la visibilité de sa boutique

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE DU PARCOURS :
Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et de mises en situation et jeux de rôles
Études de cas et analyse de sites e-commerce.
Démonstrations sur des plateformes e-commerce (Shopify, WooCommerce, Prestashop).

Exercices d'application sur le projet des participants.
Échanges d'expériences et bonnes pratiques.
Mise à disposition d'outils et documents types

Une période en entreprise permettra d'avoir l'avis de l'entreprise (tuteur, responsable hiérarchique ou fonctionnel…) en regard des compétences professionnelles du référentiel de certification sur les éléments mis en œuvre par le candidat lors de la réalisation de projets ou activités professionnels.

ENCADREMENT PÉDAGOGIQUE :
Il est assuré par un formateur référent.
La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

RÉFÉRENCE
COAV0056

CENTRES DE FORMATION
Beauvais

DURÉE DE LA FORMATION
2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

• 60 ans d'existence
• Une communauté de 3 100 alternautes
• 24 000 stagiaires formés par an
• 3 500 entreprises qui nous font confiance

• Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
• L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
• La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
• Une pédagogie active
• Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Outils pédagogiques

Supports théoriques et réglementaires
Multiples cas pratiques, mises en situations et jeux de rôles à partir d'exercices concrets
Outils et documents types

Contenu de la formation

Comprendre les fondamentaux du e-commerce

Définir le e-commerce et ses usages.
Découvrir les chiffres clés et les tendances du marché.
Identifier les différents modèles (B2B, B2C, C2C, marketplace, dropshipping, click and mortar).
Comprendre le parcours d'achat d'un e-consommateur.
Connaître les obligations légales (RGPD, cookies, CGV, mentions légales).

Concevoir sa boutique en ligne

Identifier ses personas.
Analyser la concurrence.
Définir sa proposition de valeur.
Choisir un CMS (Shopify, Prestashop, WooCommerce…).
Organiser son catalogue produits.
Paramétrer les moyens de paiement et de livraison.
Concevoir les pages essentielles.
Appliquer les principes d'UX et de responsive design.
Choisir sa marketplace (Amazon, Instagram, Facebook…)

Optimiser les ventes et piloter les performances

Optimiser le parcours client (UX).
Mettre en œuvre des actions d'upsell et de cross-sell.
Réduire les abandons de panier.
Découvrir les principes de l'A/B Testing et des heatmaps.
Utiliser Google Analytics pour analyser les performances.
Interpréter les indicateurs clés (trafic, taux de conversion, panier moyen, taux d'abandon).
Élaborer un premier plan d'actions pour développer son activité.

Développer la visibilité de sa boutique

Comprendre les bases du référencement naturel (SEO).
Découvrir le référencement payant (SEA).
Utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube…).
Mettre en œuvre une campagne d'e-mailing ou de newsletter.
Découvrir les outils d'automatisation (Zapier).

Modalité d’évaluation

Questionnaire de positionnement en début de formation.
Exercices pratiques et études de cas tout au long de la formation.
Évaluation des acquis à travers la construction d'un mini-plan de développement e-commerce.