



E-COMMERCE ET OPTIMISATION DE LA CONVERSION

Les boutiques en ligne souffrent souvent de faibles taux de conversion en raison de parcours utilisateurs mal conçus ou de pages peu optimisées. Ces problèmes freinent leur potentiel de croissance.

La formation "E-commerce et optimisation de la conversion" donne les clés pour améliorer l'expérience utilisateur, tester les éléments de conversion et maximiser les ventes en ligne.

Informations pratiques

- Objectifs : Comprendre les étapes pour lancer et optimiser un site e-commerce
- Prérequis : Aucun
- Aptitudes : Analyser les parcours clients pour améliorer les taux de conversion
- Durée : 1 jour (7 heures)
- Délai d'accès : 72 heures
- Méthodes mobilisées : Ateliers d'optimisation, études de cas
- Modalités d'évaluation : Analyse et optimisation d'une page produit
- Tarif intra-entreprise : à partir de 1200 €

Compétences développées

- Utilisation des outils UX/UI
- Optimisation des pages de conversion
- Accessibilité : locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite. Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques avant le début de la formation si vous êtes en situation de handicap. Nous nous efforcerons d'y répondre au mieux.



DÉTAILS DE LA FORMATION

Programme indicatif

1- Les fondamentaux de l'e-commerce

- Comprendre le parcours client et les étapes de conversion
- Présentation des outils clés pour suivre les performances (Google Analytics, Hotjar)

2- Optimisation de l'expérience utilisateur (UX/UI)

- Identifier les éléments de design qui influencent la conversion
- Techniques pour simplifier et fluidifier la navigation

3- Analyse des données et tests A/B

- Interprétation des indicateurs clés : taux de conversion, abandon de panier
- Réalisation de tests A/B pour optimiser les résultats

4- Ateliers pratiques

- Étude de cas : Analyse de parcours clients et recommandations d'optimisation
- Simulations : Mise en place de pages produits optimisées