

Master I

Cours

e-Commerce

Introduction

Chapitre 1. e-Commerce en théorie

- A. 6 grandes phases stratégiques d'un projet e-commerce
 - 1. Plan stratégique
 - 2. Plan financier
 - 3. Plan tactique
 - 4. Choix clé
 - 5. Lancement
 - 6. Développement
- B. Bien réussir son e-commerce
 - 1. Business Plan
 - 2. Checklist
- C. 2 grandes catégories d'e-commerce
 - 1. BtoC
 - 2. BtoB

Chapitre 2. e-Commerce en pratique

- A. Facteurs clés de réussite d'e-commerce
 - 1. Bonne stratégie de positionnement : se différencier
 - 2. Être un bon e-commerçant
 - 3. Bonne organisation
- B. Facteurs pouvant contribuer aux échecs d'e-commerce
 - 1. Se lancer avec des illusions
 - 2. Avoir du mal à choisir son ou ses prestataires
 - 3. Vision chrono-stratégique inadéquate
 - 4. Souci insuffisant de créer un climat de confiance
 - 5. Ne pas servir sa clientèle de façon optimale
 - 6. Difficultés à atteindre une taille critique

Chapitre 3. Créer son e-commerce de A à Z

- A. Ergonomie
 - 1. Créer une interface bien aérée
 - 2. Créer un site responsive design
 - 3. Proposer un site à navigation fluide
 - 4. Présenter des fiches produits performantes
 - 5. Insérer des informations de contact
 - 6. Proposer un moteur de recherche interne

B. Design

1. Bien soigner son logo
2. Créer un design cohérent avec l'identité de l'entreprise
3. Choisir des visuels de bonne qualité
4. Réduire les animations flashes

C. Contenus

1. Bien définir son offre de produits
2. Présenter des catégories de produits optimisés
3. Joindre des descriptifs aux produits présentés
4. Mettre en avant les éléments de rassurance

D. Tunnel d'achat

1. Proposer un processus d'achat simple
2. Proposer différents modes de livraison
3. Proposer des modes de paiements illimités
4. Proposer le service d'aide à la clientèle

E. Référencement

1. Assurer le référencement du site
2. Déposer son nom de domaine
3. Définir les principaux mots-clés
4. Eviter le « duplicate content » : contenus uniques
5. Mettre des balises title et des liens (hyperlinks)
6. Optimiser les pages pour le SEO
7. Mettre en place un outil de tracking

Référencement SEO suivant la norme HTML

F. Promotion du site : 5 phases à soigner

1. Attirer
2. Séduire
3. Convaincre
4. Servir
5. Fidéliser

Chapitre 4. Travaux Pratiques (TP)

A. Montage blog sur wordpress.com

B. Montage e-commerce sur tictail.com