



PERFORMANCES

37, rue d'Amsterdam

75008 - Paris

Tél. : 01 42 26 07 54

Fax : 01 42 26 09 88

<http://www.lca-performances.com>

Programme de formation

Stratégie internet e-commerce

| | |
|---------------------------------|---|
| Contexte de formation | 2 |
| Objectifs de formation | 3 |
| Programme de formation | 4 |
| Logistique Pédagogique | |
| Méthodes pédagogiques | 6 |
| Organisation du séminaire | 7 |
| Documentation pédagogique | 7 |
| Prix de formation | 8 |
| Conditions générales | 8 |

sommaire

■ Contexte de formation

Comment gagner en parts de marché en utilisant le web comme l'un des principaux leviers de la stratégie du développement de votre entreprise ?

Il s'agit de mobiliser toutes les ressources d'entreprise, identifier les perspectives offertes par internet et de déployer une stratégie e-commerce cohérente, rentable et valorisante pour votre entreprise. La réussite de cette stratégie de développement suppose un site internet compétitif, un excellent positionnement web, une animation commerciale dynamique, une communication performante, des technologies adaptées aux enjeux et une logistique orientée e-commerce.

Ce séminaire s'adresse aux directeurs communication et marketing, managers projet internet, chargés de stratégie internet, responsables commerciaux, directeurs e-business, qui souhaitent maîtriser les dispositifs de promotion disponibles sur le Web et les mettre en œuvre dans les meilleures conditions.

Vous découvrirez ici comment internet rend possible une approche marketing individualisée pour des millions de consommateurs potentiels puisque l'activité sur internet s'apparente davantage à un marketing de l'offre qu'à un marketing de la demande. Il construit un nouvel ordre économique à travers la perspective du consommateur. C'est sur cette base que vous construirez une stratégie performante de votre offre. Ainsi, vous développerez une forte fidélisation qui découlera de la stratégie client de votre site internet fonctionnant comme un canal de distribution à part entière.

Aujourd'hui, l'entreprise qui gagne l'information sur le client final gagne les nouvelles parts de marché. C'est la raison pour laquelle ce séminaire place internet dans une perspective de croissance comme un outil de vente, mais également comme un instrument de recueil d'informations sur le client final.

Cette formation intègre le principe que l'e-commerce est hors norme, interférant et changeant les règles du marché classique, il requiert de nouveaux comportements professionnels au niveau du marketing, de la communication, de logistique, de la technologie de l'information et beaucoup d'autres secteurs qui peuvent être déstabilisés à cause du e-commerce. Il est donc crucial de repenser les procédures des activités qui font l'objet des travaux pratiques lors de ce séminaire.

En participant à ce séminaire, la conquête de nouveaux marchés et la fidélisation en ligne, les techniques de webmarketing et de veille stratégique n'auront plus aucun secret pour vous. Vous serez à même de travailler votre capital marque sur le net et d'optimiser vos relations clients.

■ Objectifs de formation stratégie internet

Voici les objectifs que ce séminaire vous permet d'atteindre :

- Maîtriser l'art de la veille stratégique et de l'intelligence marketing pour anticiper les stratégies internet des concurrents et bien se positionner.
- Acquérir des connaissances dans le domaine du webmarketing en découvrant l'ensemble des techniques de marketing en ligne.
- Mettre en place des indicateurs et un tableau de bord pour mesurer sa présence en ligne et jauger la pression concurrentielle.
- Développer son image de marque grâce aux nouvelles stratégies internet.
- Intégrer l'outil Internet dans ses plans et actions marketing, communication et relations presse.
- Maîtriser un projet de développement des systèmes de communication interactifs.
- Développer son activité grâce à internet et adapter sa stratégie de fidélisation.
- Stratégies internet et la création d'événementiels.
- Disposer de principes directeurs pour développer un mode de management plus adapté à l'innovation dans la nouvelle économie.
- Accélérer la mise en place d'un management centré sur l'innovation, apportant une valeur ajoutée supplémentaire à l'entreprise.

Il s'agit de mobiliser toutes les ressources d'entreprise, identifier les perspectives offertes par internet et de déployer une stratégie e-commerce cohérente, rentable et valorisante pour votre entreprise.

☐ Programme de formation stratégie internet

I. La Netéconomie et développement durable

☐ Construire une stratégie internet performante commence par une meilleure connaissance de netéconomie et d'une application rigoureuse d'un dispositif complet des compétences opérationnelles.

- Qu'est ce que l'e-commerce et la stratégie internet ?
- L'approche systémique de la société dans un contexte géopolitique.
- L'identification de nouveaux besoins à satisfaire.
- La dimension solidaire du nouveau développement généré par la netéconomie
- La nécessaire dimension environnementale du nouveau développement.
- Le développement alternatif, territoire, entreprises, société.
- Les NTIC et développement durable : une opportunité émergente.
- Les nouveaux besoins à satisfaire et les nouvelles stratégies internet à formaliser.
- Le développement de la communication interactive sur la scène mondialisée.

Ce travail vous permet d'acquérir un regard neuf sur la netéconomie et la stratégie internet et d'accélérer les changements qui s'imposent. Pour réussir dans votre démarche, vous bénéficierez en permanence des conseils personnalisés de la part du consultant formateur.

II. Le management de l'information et compétitivité des organisations

☐ **Objectif :** Les managers ont besoin de maîtriser l'information pour transmettre un modèle d'entreprise auquel les autres ont envie d'appartenir, qui fédère les énergies et les performances des équipes. Il s'agit de réussir à passer de l'addition de contributions individuelles à la multiplication de leurs compétences interactives, mobilisées autour d'un objectif, d'un projet, d'une mission.

- Comment intervenir sur une scène mondialisée ?
- La création et le développement des systèmes de communication interactifs efficaces.
- De la gestion de l'information à l'économie de l'information.
- De la recherche d'information à la réflexion collective.
- De la capitalisation de l'information au partage de la connaissance.
- Du management de l'intelligence organisationnelle au management de l'intelligence collective.
- De la régulation de l'économie de l'information à la protection des systèmes d'information.

Cette phase vous permet de repositionner les enjeux de l'information et vous oriente vers la création de nouveaux leviers de la performance. Il s'agit de concevoir les véritables dénominateurs communs fondés sur une démarche d'ouverture vers de nouvelles sphères de la compétitivité, entraînant la modification des mentalités et la montée en puissance d'une culture de performance e-business.

III. Les actions stratégiques web marketing

🔴 **Objectif :** La réussite de cette stratégie de développement suppose un site internet compétitif, un excellent positionnement web, une animation commerciale dynamique, une communication performante, des technologies adaptées aux enjeux et une logistique orientée e-commerce.

- Le positionnement du e-marketing et les applications opérationnelles.
- L'internet dans la stratégie marketing.
- L'audit des outils de communication existants.
- Les démarches de benchmark : perception, fonctionnel, quantitatif et qualitatif.
- Le déploiement du média planning.
- Le rôle de la stratégie internet et du Net-marketing.
- L'identification des cibles et leurs profils, décrire leur comportement d'achat.
- Le développement des partenariats et choix des bons prestataires de services.
- Comment faire cohabiter Internet avec les autres médias dans la stratégie d'entreprise.
- La définition des besoins des cyber-consommateurs.

Vous découvrirez, ici, comment internet rend possible une approche marketing individualisée pour des millions de consommateurs potentiels puisque l'activité sur internet s'apparente davantage à un marketing de l'offre qu'à un marketing de la demande.

IV. Les techniques web marketing

🔴 **Objectif :** Cette formation intègre le principe que l'e-commerce est hors norme, interférant et changeant les règles du marché classique, il requiert de nouveaux comportements professionnels au niveau du marketing, de la communication, de logistique, de la technologie de l'information et beaucoup d'autres secteurs qui peuvent être déstabilisés à cause du e-commerce.

- Comment déterminer les types et les degrés d'interactivité proposés aux visiteurs.
- La publicité sur internet : les règles à respecter pour la création des messages.
- L'analyse de la popularité d'un site : analyse statistique de fréquentation et d'audience.
- Comment rédiger les titres et gérer le contenu de vos pages pour attirer les visiteurs.
- L'e-mail, les règles à respecter, la loi sur la confiance dans l'économie numérique.
- L'analyse de campagnes d'e-mailing opérationnelles.
- Les règles et techniques de la publicité sur le web, l'affiliation.
- Les outils de la traçabilité du client et de la mesure de fréquentation.
- L'analyse du comportement des internautes et leurs fidélisation.
- Comment identifier un réseau de distribution et de partenaires ?
- La réalisation d'une étude de marché ou un benchmarking.
- La web communication et les relations avec les médias.

En participant à ce séminaire, la conquête de nouveaux marchés et la fidélisation en ligne, les techniques de webmarketing, de veille stratégique... n'auront plus aucun secret pour vous.

☐ Méthodes pédagogiques

La formation stratégies internet e-commerce propose un dispositif complet de méthodes interactives dont l'intégration s'acquiert par des simulations en situations réelles. Vos objectifs professionnels feront l'objet de travaux personnalisés pendant le séminaire et serviront d'appui aux thèmes développés.

La formation stratégie internet se déroule en "Training-Group". Le processus pédagogique est adapté à votre profil professionnel et appuyé par un environnement multimédia, les dossiers personnels, les fiches de travail et de progression. Le parcours formation stratégie internet est déployé en trois phases :

Avant le séminaire

Avant le séminaire, vous serez invité à réaliser les travaux préparatoires à la formation stratégie internet. Il s'agit des travaux préparatoires qui vont vous permettre :

- D'accéder aux synthèses des contenus opératoires, rassembler les ressources et préparer votre formation stratégie internet.
- D'effectuer le diagnostic de vos potentialités en matière de formation stratégie internet,
- De se mettre en phase avec les objectifs pédagogiques permettant une appropriation optimale des contenus pendant la formation stratégie internet.
- De communiquer au consultant formateur les grilles de dépouillement des diagnostics pour le traitement des résultats.

Pendant le séminaire

Le contenu pédagogique est adapté aux objectifs des stagiaires afin que chacun puisse mieux optimiser l'acquisition de nouvelles compétences.

- Appropriation des contenus de formation stratégie internet par des mises en situation réelle,
- Méthode fondée sur une dynamique interactive reliant les connaissances, les compétences et vos objectifs de performances qui vous sont spécifiques,
- Développement d'une approche personnalisée visant à optimiser vos performances,
- De plus, vous mettrez au point, votre plan d'action de progrès individuel.

Après le séminaire

Avant la fin du stage, chaque participant développe ses plans d'action de progrès qui se traduisent par la mise en application de nouveaux acquis dans son contexte professionnel. Cette action est suivie par des actions de télécoaching personnalisé sur demande du participant.

- Cette intervention s'appuie sur les résultats d'évaluation, de la mise en application des acquis du séminaire, qui est effectuée par le stagiaire et communiquée au consultant intervenant 2 mois après la formation stratégie internet.
- La mise en place d'un suivi personnalisé, basé sur un dispositif d'accompagnement par télécoaching.
- A la fin du stage, chaque participant développe son plan d'action de progrès. Cette démarche stimule pour aller jusqu'au bout de sa progression, en traduisant les nouveaux acquis dans l'application réelle.
- Les plans d'action constituent la base des opérations de télécoaching personnalisé.

Le bilan des performances avec chaque stagiaire s'effectue 6 mois après la session pour s'assurer que la démarche a bien été appliquée et intégrée dans leur pratique opérationnelle.

☐ Organisation du séminaire

Une concentration permanente, une participation active au séminaire de 7 heures par jour, constituent une implication importante, que l'on ne peut se permettre d'entraver par un confort insuffisant et des conditions matérielles précaires.

La durée de la formation de base est de 21 heures. Elle se déroule à Paris. L'information concernant les lieux de son déroulement est communiquée aux participants dès leur inscription effective. Les réservations de chambres et leurs prises en charge sont assurées individuellement par chaque participant ainsi que les frais de déplacement.

Le nombre de stagiaires inscrits à ce séminaire est limité afin que chacun puisse bénéficier d'un suivi pédagogique personnalisé. Les formations débutent à 9 heures et se terminent entre 17 et 18 heures. Nous suggérons aux participants de se présenter sur les lieux de stage 15 minutes en avance, ils seront accueillis par le consultant autour d'un café.

☐ Documentation pédagogique

La fourniture d'une documentation technique complète fait partie intégrante de notre prestation. Elle vous permet de consulter les sujets exposés lors de différentes étapes du séminaire. Elle vous permet également de constituer un dossier de référence sur cette formation stratégie internet et les thèmes abordés.

Voilà pourquoi les supports pédagogiques que nous remettons aux participants contiennent environ 200 pages. Il s'agit des fondements de chaque apport, issus des sciences, des techniques, et des pratiques, formalisées par l'Institut de Formation LCA.

L'ingénierie de formation stratégie internet e-commerce, mise à votre disposition, est validée sur la base des critères des performances techniques et des succès obtenus par les stagiaires. L'efficacité des outils pédagogiques ainsi construits se focalise sur plusieurs niveaux :

- Ils contiennent toutes les techniques apprises pendant le stage ainsi que les bases méthodologiques de la formation stratégie internet e-commerce,
- Ils sont le fil conducteur du parcours de cette formation stratégie internet e-commerce,
- Ils constituent repères, ressources et ouvertures pour appliquer avec efficacité chacune de ces techniques,
- Ils servent de « référentiel » pour la réalisation des travaux de mise en œuvre des nouvelles compétences,
- Ils contiennent également un tableau de bord de mise en œuvre de vos plans d'action de progrès dès la fin de la formation stratégie internet e-commerce.

C'est avec clarté et simplicité que cette formation stratégie internet vous guidera dans l'acquisition de nouvelles compétences qui vous ouvriront les portes de la réussite. Pas à pas, elle va préparer votre parcours aux opportunités à saisir, dont le talent que vous possédez déjà, mais que vous ignorez peut être. Cette formation stratégie internet peut être accompagnée, sur votre demande, par un coaching qui vous permet d'optimiser vos potentialités et de trouver, avec le consultant, des solutions à vos attentes professionnelles spécifiques.

☐ Budget formation de base pour 1 participant

| Éléments constitutifs du budget | Nombre heures | Montant global |
|---|---------------|------------------|
| <i>Réalisation de la session de formation</i> | 21 | 2.700,00€ |
| TOTAL | 21 | 2.700,00€ |

Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de TVA, par autorisation des services fiscaux.

☐ Conditions générales

Une convention de formation est établie par l'organisme de formation LCA Performances, enregistré auprès de la Direction Régionale de la Formation Professionnelle d'Ile de France sous le numéro : N°11753415275.

La facture est établie en double exemplaire : le premier est destiné à votre service comptabilité, le second exemplaire constitue le document annexe à la convention.

L'attestation de présence vous sera adressée après le stage. Ces documents vous permettent de compléter votre dossier concernant cette action de formation. Vous recevez également une attestation de stage certifiant que vous avez suivi le programme de ce séminaire.

En cas d'empêchement pour un participant d'assister effectivement à la session à laquelle il est inscrit, l'entreprise peut lui substituer un autre collaborateur avec l'accord de l'organisme de formation.

Pour toute annulation faite moins de 15 jours avant le début du stage, l'organisme de formation se réserve le droit de facturer les frais d'annulation correspondant à 100% du prix du stage.

En cas d'abandon ou d'absence d'un participant en cours de stage, le stage sera facturé en totalité.

Dans le cas de force majeure, l'organisme de formation se réserve le droit d'ajourner ce stage, au plus tard une semaine avant la date prévue. Dans cette hypothèse, le montant des droits d'inscription sera intégralement remboursé.

Toute inscription à une session est nécessairement accompagnée du règlement à l'ordre de LCA Performances Ltd, sauf dans le cas où la formation est prise en charge directement par un organisme paritaire collecteur.

Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de TVA, par autorisation des services fiscaux.