



Les activités de ventes par le biais de sites e-commerce (ex. : EBay, Amazon, Wayfair...)

Cette formation a quatre objectifs :

1. Connaître les différentes techniques pour gérer des sites e-commerce
2. Comprendre les types de sites e-commerce et leur utilité en fonction de la notoriété de l'annonceur.
3. Appliquer les différents facteurs d'engagement dans la rédaction des annonces et des publicités.
4. Utilisation de l'IA afin de produire des contenus, entre autres, en différentes langues.

À travers le monde, on évalue qu'il y a environ 2 300 sites de e-commerce majeurs (multi-vendeurs).

Structure de la formation

0.0 Introduction

0.1 Avertissement

1.0 Évaluation de la situation de l'entreprise

- 1.1 Notoriété
- 1.2 Cycle de vente
- 1.3 Clientèle cible
- 1.4 Budget
- 1.5 Choix du sites e-commerce

2.0 Les offres irrésistibles

- 2.1 La proposition principale
 - 2.1.1 Aide à la création de la proposition principale
 - 2.1.2 Contenu texte de la proposition principale
 - 2.1.2 Contenu graphique de la proposition principale
- 2.2 Les bonus
 - 2.2.1 Aide à la création des bonus
 - 2.2.2 Contenus de la partie bonus
- 2.3 Conception de la première page de l'offre
- 2.4 Les ventes complémentaires
 - 2.4.1 Choix des offres
 - 2.4.2 Conception des pages
- 2.5 Page de confirmation
- 2.6 Notes sur les offres irrésistibles



3.0 La gestion d'un compte

- 3.1 Création d'un compte
- 3.2 Création des annonces
- 3.3 Gestion des ventes
- 3.4 Promotion
- 3.5 Fidélisation

4.0 Annexe - Définitions et vidéos

- 4.1 Annexe - Les moteurs d'engagement