Animation Web

E-merchandising : augmenter son taux de conversion

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | WEB-C19EMER | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Comprendre les enjeux du merchandising appliqué au e-commerce.
- Mettre en place une démarche e-merchandising pour son site.
- Analyser et optimiser en permanence son dispositif de e-merchandising.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

Responsables marketing, marketing digital, communication, community managers.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Module distanciel :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Diagnostiquer son parcours d'achat e-commerce

- Identifier les étapes clés du parcours client et les principaux freins à l'achat.
- Construire son tunnel de conversion suivant le modèle AIDA pour engager son client.
- • Repérer les irritants liés à la navigation, au mobile, à l'UX et au tunnel de conversion.
- Personnaliser son parcours d'achat e-commerce : leviers et outils.
- **Atelier** : analyser un parcours d'achat et identifier les points de friction prioritaires.

Structurer son offre pour faciliter l'accès aux produits

- Faciliter l'accès aux produits via la navigation : moteur de recherche interne, filtres, barre de navigation.
- Mettre en avant les produits selon les objectifs business : marge, stock, nouveautés, saisonnalité.
- Optimiser sa page d'accueil et les zones clés pour orienter l'utilisateur : choix des produits, AB testing...

Optimiser les fiches produits pour convertir

- Améliorer les contenus produits : titres, descriptions, preuves, avis clients, FAQ et éléments de réassurance.
- Utiliser les visuels, vidéos et contenus enrichis pour faciliter la décision d'achat.
- Renforcer les leviers de conversion : disponibilité, livraison, retours, garanties, recommandations.
- **Atelier** : optimiser une fiche produit.

Animer son site et développer le panier moyen

- Activer les leviers de cross-selling, up-selling et recommandations produits.
- Organiser les promotions, temps forts commerciaux et mises en avant produits.
- Construire un plan d'animation commerciale cohérent avec ses objectifs.
- **Atelier** : définir une opération e-merchandising pour dynamiser les ventes.

Piloter ses performances e-merchandising

- Sélectionner les indicateurs de performance en accord avec ses objectifs e-commerce.
- Utiliser les outils de web analytics et heatmaps pour identifier les optimisations prioritaires.
- Construire un tableau de bord e-merchandising simple et actionnable.
- Prioriser les optimisations selon leur impact business et leur faisabilité.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.