

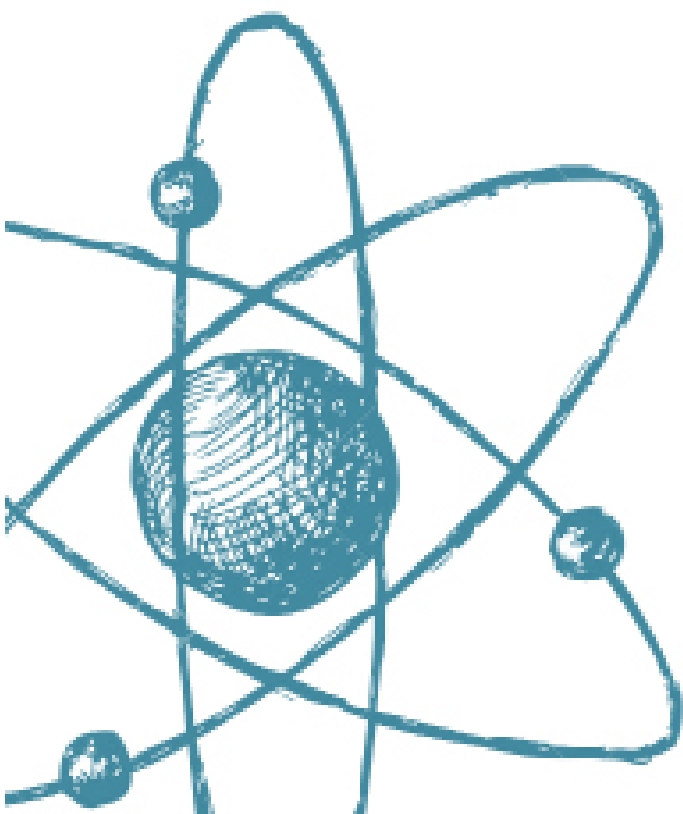


Atomia
F O R M A T I O N S

COMMERCE CONNECTÉ

Formations **Entreprises**

Au coeur de vos compétences



Commerce connecté

- ... Comme **mutation** des métiers du commerce et de la distribution
- ... Comme **innover** avec la digitalisation des points de vente
- ... Comme **s'adapter** aux nouveaux comportements d'achat
- ... Comme **créer** une nouvelle expérience client

Se former ...

- ... Comme **découvrir, pratiquer et performer**



Formats adaptés...

1 à 3 jours possibilité de modulariser en fonction de vos plannings



Nos expert Premium

Spécialistes, consultants opérationnels reconnus dans leur domaine



Norme Qualité

Formation éligibles aux normes qualité Véritas



Innover toujours plus

Méthodologie et outils en adéquation avec les évolutions numérique



Intra - Inter

1 à 3 jours, possibilité de modulariser en fonction de vos planning



Interlocuteur dédié

Un accompagnement et suivi dans vos projets en toute proximité



Offre modulables...

Partenariat avec les OPCA coût dégressif selon vos projets



*au service
de vos compétences !*



09 82 56 28 40

contact@atomiaformations.fr

Mutation métier de la distribution

L'expérience client à l'ère du commerce connecté

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Connaître le nouveau consommateur et l'expérience client à l'ère du commerce connecté
- Adopter une stratégie de management agile pour mieux appréhender les changements des usages clients

Programme

1. Évolution du consommateur & Relation client

2. État des lieux du marché actuel

3. A la découverte du nouveau consommateur :

- Tendances & Comportement

4. Les leviers de la stratégie cross-canal & omnicanal

5. Le parcours client : Une nouvelle chaîne de valeur pour fidéliser

- Multi-screen
- Social shopping
- Personnalisation

6. Étude de cas type

7. Établir une nouvelle relation client

8. Comment créer de la valeur pour le consommateur ?

9. Adapter son positionnement & les compétences requises d'une équipe au cœur de la distribution.

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 17/11/2016
- 02/02/2017
- 09/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC001

Faciliter de l'expérience client, générer du trafic et fidéliser

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender une stratégie orienté expérience client
- Identifier les leviers favorisant l'expérience client et générant du trafic sur le point de vente

Programme

1. L'expérience client à l'heure du commerce connecté

- Introduction
- Définition & principes

2. Cartographie du marché français à l'ère digitale

3. Créer de l'expérience client en point de vente

- entre contenu et merchandising

4. Générer du trafic en magasin

- De la stratégie aux leviers à adopter

5. Les solutions existantes et à venir

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 18/11/2016
- 22/02/2017
- 19/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC002

Digitalisation & Distribution

La mutation d'un métier

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés au commerce connecté
- Identifier les étapes et concepts du commerce connecté pour adapter sa stratégie

Programme

1. Evolution de la distribution et du e-commerce

- De la place de marché à l'espace de marché
- État des lieux du marché

2. Le consommateur à l'ère numérique :

- Comment définir «Le Shopper+» ?
- Entre nouveau comportement et attentes

3. Les nouvelles cibles du marché

4. La stratégie marketing & commerciale a l'ère numérique

- Changement de positionnement
- Les évolutions & tendances

5. Du multi-canal au cross-canal et omnicanal

6. Inclure le social digital dans sa stratégie

Modalités d'accès à la formation


- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 02/11/2016
- 05/01/2017
- 06/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC003

Les nouveaux points de vente

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés au commerce connecté
- Identifier les étapes et concepts du commerce connecté pour adapter son point de vente

Programme

1. État des lieux du marché de la distribution

2. Mieux connaître les nouveaux consommateurs : e-shopper+

- Les nouveaux comportements,
- L'évolution des besoins et des attentes

2. Définition et évolution des parcours de vente

- multi-canal, cross-canal, omnicanal

3. Vers l'adoption d'une stratégie omnicanal, réponse aux nouvelles pratiques de la consommation

- les enjeux et leviers facilitateurs
- les nouveaux modes d'organisation
- Comment les tendances du digital instore influent le parcours client et l'expérience de la marque ?

Modalités d'accès à la formation


- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 03/11/2016
- 18/01/2017
- 12/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC004

Vers la digitalisation des points de vente

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés au commerce connecté
- Identifier les étapes et concepts liés à la digitalisation des points de vente

Programme

1. Le commerce connecté

Mutation d'un métier d'avenir

- État des lieux
- Nouvelles tendances

2. De l'intérêt de penser différemment le point de vente à l'ère du commerce connecté

3. L'expérience client au cœur d'une nouvelle stratégie

4. Un autre merchandising magasin

- Les nouveaux outils digitaux à intégrer

5. Le nouveau vendeur 3.0

- entre nouvelles postures et compétences

6. Adopter un nouveau positionnement de l'offre

7. Faciliter les changements et l'intégration des technologies digitales

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 13/10/2016
- 06/01/2017
- 05/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC005

Développer une stratégie marketing digitale

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés au commerce connecté
- Identifier les étapes et concepts liés à la mise en place d'une stratégie digitale

Programme

1. Introduction

- Les tendances du marché
- État des lieux

2. Définition des canaux digitaux

3. Le choix des canaux digitaux : une question d'enjeux et d'objectifs

- Coût
- Croissance
- Pilotage

4. Comment s'inscrire dans un marché très concurrentiel ?

5. Les capacités de l'entreprise à développer une stratégie digitale

6. Évaluer la place de la stratégie digitale au sein de l'entreprise

7. Définir une stratégie à plusieurs canaux de distribution

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 12/10/2016
- 04/01/2017
- 19/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC006

Comment bâtir une stratégie omnicanal ?

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations. Il s'agit d'intégrer le nouveau «shopper+» pour envisager une croissance qualitative et quantitative.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés au commerce connecté
- Identifier les étapes et concepts liés à la mise en place d'une stratégie digitale

Programme

1. Introduction

- État des lieux du marché de la distribution

2. Définition de l'omnicanal

3. Intégrer pour créer de la valeur pour le consommateur

4. Favoriser l'expérience client

5. Le processus d'achat dans un concept omnicanal

6. Penser, développer et fidéliser la relation client dans un concept omnicanal

- La personnalisation
- L'approche communautaire

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 10/11/2016
- 15/03/2017
- 17/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC007

Commerce connecté

De nouveaux enjeux pour les pôles logistiques

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, il n'est plus envisageable pour le monde de la distribution de nier ses transformations, notamment dans les pôles logistiques internes et externes.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés à la logistique dans un environnement commercial connecté

Programme

1. Introduction

- État des lieux du marché de la distribution et du e-commerce

2. Le comportement du nouveau consommateur

3. La gestion des stocks et des flux au sein de l'entreprise

4. Les solutions logistique et transport

5. Nouveaux métiers, nouvelles solutions

6. La relation client

7. Développement d'une omnilogistique au coeur de l'entreprise

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 23/09/2016

- 27/01/2017

- 26/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC008

Choisir une solution e-commerce adaptée

La démocratisation d'internet a accéléré l'émergence de nouveaux modèles économiques. L'essor des mobiles et le développement des nouvelles technologies ont changé le comportement et les usages des consommateurs.

Faisant cas des évolutions, la présence sur internet d'une structure commerciale devient incontournable. Ceci implique une stratégie digitale tangible notamment dans le choix de la plate-forme e-commerce adaptée.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprise, équipe dirigeante du
secteur de la distribution



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender les enjeux liés à l'adoption d'une stratégie adaptée
- Connaître les fonctionnalités indispensables au choix d'une plate-forme e-commerce adaptée à votre structure

Programme

1. Introduction

- La stratégie de la distribution et du e-commerce

2. Définition de la stratégie cross-canal

3. Les enjeux du multi-écran dans l'expérience client

4. Usages et fonctionnalités d'une plate-forme e-commerce

5. Choisir une plate-forme adaptée à sa stratégie et son positionnement

- Prestashop, Magento, Woo....

6. Les enjeux et contraintes pour les intervenants internes et externes

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback

Livret pédagogique proposé à chaque participant

Évaluation formative

Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 23/09/2016
- 27/01/2017
- 26/04/2017

Lieux de formation En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC009

Vendeur 3.0 : mutations d'un métier d'avenir

Malgré certaines idées préconçues, les métiers de la distribution et du e-commerce ne sont pas en opposition. Bien au contraire, ils s'inscrivent dans une continuité, une complémentarité tout en conservant leur spécificité.

Intégrer et adapter ce nouveau schéma devient, dès lors, un acte de performance et de réussite pour les métiers du commerce. Il en est de même sur l'appréhension de la numérisation des espaces de vente.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Vendeurs(-ses)
Conseiller(-e) de ventes



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender l'organisation de la distribution et du e-commerce
- Identifier les axes de développement liés à la stratégie webcross-canal
- Adapter sa fonction de vendeur au comportement client (internaute/mobinaute) ainsi qu'aux évolutions techniques (applications, interations)

Programme

1. Définition et caractéristique du E-commerce

2. Le E-commerce et la distribution en quelques chiffres

3. Les acteurs du E-commerce & les modèles de la Distribution en France

4. Les liens organisationnels & stratégiques entre la Distribution & le E-commerce

5. Qu'est-ce la stratégie Cross-canal ? Quelle est l'implication du vendeur ?

6. Le nouveau comportement du client

7. Gérer la E-reputation

8. La digitalisation des points de vente ? Ce que cela implique pour le vendeur ?

9. Social Shopping

- Les nouvelles stratégies des enseignes

10. Le commerce en point de vente : un nouveau métier plein d'avenir

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers de simulation, analyse et feedback

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 15

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 09/11/2016

- 15/02/2017

- 10/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC010

Manager dans une stratégie webcross-canal la distribution d'aujourd'hui

Malgré certaines idées préconçues, les métiers de la distribution et du e-commerce ne sont pas en opposition. Bien au contraire, ils s'inscrivent dans une continuité, une complémentarité tout en conservant leur spécificité.

Intégrer et adapter ce nouveau schéma devient, dès lors, un acte de performance et de réussite pour les métiers du commerce. Il en est de même sur l'appréhension de la numérisation des espaces de vente.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chef d'entreprises
Manager de points de ventes



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Appréhender l'organisation de la distribution et du e-commerce
- Identifier les axes de développement liés à la stratégie webcross-canal
- Adapter sa fonction de vendeur au comportement client (internaute/mobinaute) ainsi qu'aux évolutions techniques (applications, interations)
- Impliquer vos équipes dans ces changements

Programme

1. Définition et caractéristique du E-commerce

2. Le E-commerce et la distribution en quelques chiffres

3. Les acteurs du E-commerce & les modèles de la Distribution en France

4. Les liens organisationnels & stratégiques entre la Distribution & le E-commerce

5. Qu'est-ce la stratégie Cross-canal ? Comment impliquer vos équipes ?

6. Le nouveau comportement du client

7. Gérer la E-reputation

8. La digitalisation des points de vente ? Ce que cela implique pour le vendeur ?

10. Drive to Store & Mobilité

9. Social Shopping

- Les nouvelles stratégies des enseignes

10. Le commerce en point de vente : un nouveau métier plein d'avenir

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers de simulation, analyse et feedback

Livret pédagogique proposé à chaque participant

Évaluation formative

Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 15

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 30/09/2016
- 01/03/2017
- 24/05/2017

Lieux de formation
En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC011

Les clés de la performance pour un animateur de vente

Un site e-commerce implique l'exécution minutieuse d'ensemble de tâches en accord avec la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise. «Diffuser une offre», «Assurer la publication du catalogue», «Gérer la relation clientèle», «Utiliser les outils d'information liés aux offres», «Contribuer au bon référencement du site marchand» : autant d'actions liées à la réussite d'un site e-commerce.



Durée

21 heures
(soit 3 jours)



Public

Manager, commerciaux,
chefs produits web



Pré-requis

Maitrise de l'outil informatique et
de l'environnement web



Modulaire

Oui

Objectifs

- Être capable d'animer un site de vente en ligne en accord avec la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise
- Gérer le contenu (rédactionnel & visuel) d'un site marchand
- Gérer un site marchand en toute autonomie
- Contribuer à optimiser le référencement du site marchand

Programme

Jour 1

1. Introduction à la culture du web

2. Qu'est-ce qu'une stratégie web au sein de l'entreprise ?

- Site institutionnel
- Site marchand
- Du multicanal à l'omnicanal

3. La relation clientèle entre internautes et mobinautes

- à la découverte du parcours client du «shopper+»

3. De l'importance des réseaux sociaux

- Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest

Jour 2

4. Gestion / webmerchandising sur une boutique

(Prestashop/Magento/Woocommerce/Virtuemart)

5. Rédaction et production de contenus pour un site web

- Élaboration des fiches produits ; gestion des images
- Gestion d'un blog d'entreprise

Jour 3

6. Newsletters et E-mailing

7. Le référencement sur internet

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers de travaux pratiques, études de cas, analyse et feedback*)

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 10

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 19/10/2016 au 21/10/2016
- 08/03/2017 au 10/03/2017
- 31/05/2017 au 02/06/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 880 € HT par jour

Référence Atomia Formations : 01CMC012

La fonction de Responsable e-commerce

Selon la FEVAD, «En 2015, le e-commerce a augmenté de plus de 14%. Au total, les Français auront dépensé 64,9 milliards d'euros sur internet en 2015, un chiffre en hausse de 14,3% sur un an.»

Fort de constater qu'avec de tels chiffres, le e-commerce est un secteur porteur à fort. S'inscrire dans cette réussite nécessite pour les commerciaux ou les managers la maîtrise des compétences complètes dans un univers maîtrisé.



Durée

21 heures
(soit 3 jours)



Public

Manager pôle web,
chef d'entreprise



Pré-requis

Maitrise de l'outil informatique et
de l'environnement web



Modulaire

Oui

Objectifs

- Conduire un projet e-commerce
- Utiliser les techniques de e-marketing pour créer du trafic et générer des ventes
- Gérer la relation client 2.0 (réseaux sociaux, e-mail, chat en ligne, centre d'appel)
- Animer un site de vente en ligne au niveau graphique et rédactionnel.
- Respecter les contraintes financières, techniques, réglementaires et légales

Programme

Jour 1

1. Introduction à la culture du web

2. Qu'est-ce qu'une stratégie web au sein de l'entreprise ?

- Site institutionnel & site marchand
- Du multicanal à l'omnicanal

3. Création et administration d'un site e-commerce

- les différentes plate-formes (Prestashop, Magento...)
- les contraintes et obligations
- la définition des fonctions et tâches

4. Réglementation et législation d'un site e-commerce

Jour 2

5. Le site e-commerce

- entre identité graphique, visuels et contenus

6. Notions techniques transverses avec le service développement

7. Référencement : générer et évaluer le trafic

Jour 3

8. La relation client online

9. Management : équipe web

10. Développement des partenariats sur internet

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers de travaux pratiques, études de cas, analyse et feedback)

Livret pédagogique proposé à chaque participant

Évaluation formative

Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 10

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 05/10/2016 au 07/10/2016
- 25/01/2017 au 27/01/2017
- 16/05/2017 au 18/05/2017

Lieux de formation En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 880 € HT par jour

Référence Atomia Formations : 01CMC013

Développer son activité...

Comment créer son site marchand ?

«Se lancer sur internet» et ouvrir sa propre boutique... vaste projet qui nécessite à la fois réflexion, analyse globale, mise en œuvre méthodique. Le projet de création d'un site marchand est une «chantier» dont il faut connaître tous les rouages avant de s'y aventurer.



Durée

21 heures
(soit 3 jours)



Public

Chefs d'entreprises, dirigeants d'organisation, managers, chargé pôle web



Pré-requis

Maîtrise de l'outil informatique et de l'environnement web



Modulaire

Oui

Objectifs

- Connaître les différentes étapes dans la création d'un site marchand
- Identifier les prestataires, fournisseurs, partenaires
- Gérer et mettre en avant les produits sur le web

Programme

Jour 1

1. Qu'est-ce qu'un site marchand ?

- Définition du champs lexical

2. Élaboration du cahier des charges entre stratégie et faisabilité

- Définition et identification des différents items
- Fonctionnalités et intervenants
- Définition des coûts

Jour 2

3. Identification du modèle économique

4. Entre fournisseurs et prestataires

- Comment choisir et gérer ?

5. Mise en place de la boutique en ligne

6. Gestion des transports & paiements

Jour 3

7. Contraintes juridiques

8. Gestion du stock

- Approvisionnement & rotation
- Les retours et «délais de rétractation»

9. Mise en place de la stratégie e-marketing

10. Développement & référencement

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers de travaux pratiques, études de cas, analyse et feedback*)

Livret pédagogique proposé à chaque participant

Évaluation formative

Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 10

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 23/11/2016 au 25/11/2016
- 22/03/2017 au 24/03/2017
- 19/06/2017 au 21/06/2017

Lieux de formation En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 880 € HT par jour

Référence Atomia Formations : 01CMC014

Focus E-commerce

Comment développer ses ventes ?

Avoir sa boutique sur internet est incontournable de nos jours, néanmoins, développer l'activité d'un site nécessite la mise en place de leviers qui favoriseront la croissance de votre activité



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Chefs d'entreprises, dirigeants d'organisation, managers, chargé pôle web



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Oui

Objectifs

- Identifier les différents leviers favorisant les ventes d'un site internet

Programme

1. Identification du positionnement

- État des lieux du marché
- mise en place d'une veille
- Identifier et comprendre l'e-consommateur

2. Offre produit/catalogue

- Développement et référencement des offres produit
- Mise en avant des offres actives

3. Les sites leviers

- Identification des «influenceurs»
- Mise en place des partenariats

4. Affiliation et publicité

- Définition et principes
- Identification de campagnes adaptées

5. Optimiser le taux de conversion sur son site

- Mise en place des indicateurs nécessaires à l'évaluation de la performance
- Identifier et lever les freins : ergonomie, tunnel paiement
- Générer un trafic qualifié

6. Fidélisation de la clientèle

- Segmentation & qualification
- Actions One-to-one

7. Vers Les nouveaux modèles économiques

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers de travaux pratiques, études de cas, analyse et feedback)

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 10

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 12/10/2016
- 20/01/2017
- 14/03/2017
- 18/05/2017
- 09/06/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC015

Social selling

Booster ses ventes via les réseaux sociaux [LinkedIn].

Générer du trafic et attirer la clientèle sur son site : la tâche est souvent laborieuse et source de questionnement pour une entreprise. Ces problématiques sont accentuées par une concurrence croissante entre les acteurs du web.

Exploiter la puissance et l'aspect viral des réseaux sociaux permettent développer ses ventes au travers de communautés ciblées.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Dirigeants, managers commerciaux et
commerciaux tous niveaux.



Pré-requis

Maitrise de l'outil informatique et
de l'environnement web



Modulaire

Non

Objectifs

- Comprendre l'utilité des réseaux sociaux pour son entreprise.
- Savoir sélectionner les plus utiles à son activité.
- Entretien et élargir son réseau relationnel au service de ses affaires.
- Savoir mesurer l'efficacité d'un réseau social.

Programme

1. Comprendre la dynamique et la puissance des réseaux sociaux

2. Déterminer et utiliser les réseaux utiles dans le cadre de vos activités

3. L'outil LinkedIn

- Principes & caractéristiques
- Fonctionnalités

4. Atelier LinkedIn en pratique

- Cartographie
- Pitch entreprise
- Création de profil
- Construction de carnets d'adresses
- Approche directe

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : études de cas, récit de vie, réflexion de groupe

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 26/09/2016
- 06/02/2017
- 15/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC016

Vente à Distance : argumentaire - objections - vente additionnelle



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Equipe commerciale, manager pure-
player



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Non

Objectifs

- Maîtriser les phases d'argumentaire et d'objection durant le cycle de vente à distance
- Adopter les techniques de vente pour les produits additionnels tels que l'assurance annulation

Programme

1. Introduction :

- Définition de la vente dans une stratégie multicanal

2. Les fondamentaux du phoning et de la relation client pour un pureplayer

3. Les techniques de vente adaptées à la vente à distance

- Détection des besoins, argumentaires, traitement des objections

4. Positionner l'assurance annulation dans le cycle de vente

5. Identifier et maîtriser les techniques de vente de l'assurance annulation

6. Adapter sa proposition au profil du client dans une démarche globale de conseil

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas concret, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 14/12/2016
- 08/02/2017
- 24/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 750 € HT

Référence Atomia Formations : 01CMC017

Où sommes-nous ?



BUS

Lignes 1 - 48 - 70
Arrêt Lindbergh
et 48
arrêt Diesel



VÉLO

V-Gub
Station n° 87
Kennedy
parc hôtelier



TRAM

En attendant 2017
Ligne A,
arrêt le plus proche :
Lycée de Mérignac



12, avenue Henri-Becquerel - 33700 Mérignac
Tél. 09 82 56 28 40
contact@atomiaformations.fr



Atomia

F O R M A T I O N S

