

E-COMMERCE DE MODE : ENJEUX ET MISE EN ŒUVRE

JEUDI 22 & VENDREDI 23 NOVEMBRE 2012

*Les ventes sur internet se généralisent, ouvrant de nouvelles opportunités pour les marques et les distributeurs. **Comment fonctionnent les modèles qui ont fait leurs preuves ? Qui sont les nouveaux acteurs émergeant avec succès ?***

*Ce séminaire vous apportera **une vision 360° sur le e-commerce de mode et ses clefs de succès. Il vous permettra d'être au fait des données du marché et de toutes les composantes de ce mode de distribution : acteurs, consommateurs, organisation, web marketing.***

OBJECTIFS

Acquérir une vision globale sur le e-commerce de mode et ses clefs de succès.
Etre au fait des données du marché et de toutes les composantes de ce mode de distribution.

Avec **Evelyne CHABALLIER**, directeur des études économiques et prospectives - IFM,
Céline LEMAIRE, spécialiste web marketing,
Laetitia JACQUETTON, fashion designer,
Laurent RAOUL, consultant, professeur - IFM

PROGRAMME

LE E-COMMERCE DE MODE

Comportement et attentes des consommateurs de e-commerce
Données de consommation
Politiques de prix et promotions
Principaux acteurs et stratégies en France, en Europe et aux USA

ORGANISATIONS ET SYSTÈMES

Les spécificités et contraintes techniques, logistiques, financières
Législation et contraintes commerciales
Nouveaux métiers, nouvelles organisations

LA CONCEPTION D'UN SITE MARCHAND

La conception « user centric »
L'ergonomie Web
L'orientation utilisateur
Le concept model du site
Technologies et budgets

LES LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT DES VENTES : GÉNÉRER DU TRAFIC ET MAXIMISER LA TRANSFORMATION EN CHIFFRE D'AFFAIRES

Les moteurs, SEO (Search Engine Optimization), les comparateurs de prix
Les autres leviers du marketing web : programmes d'affiliation, display, e-mails, retargeting
Les réseaux sociaux, SMO (Social Media Optimization) et Community Management
Le Web analytic : outils et chiffres clés logiciels pour analyser le trafic

LES NOUVEAUX SERVICES ET CONSOMMATEURS

Technologies et nouveaux outils : click and collect, wish list...
Optimiser la complémentarité Web / point de vente physique
Enrichir la relation client, développer l'interactivité et la personnalisation

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Directeurs généraux, directeurs commerciaux, directeurs marketing, directeurs communication, chefs de produits, responsables internet, responsables e-commerce, responsables logistiques, community managers.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposés, cas pratique, témoignages.

MODALITÉS DE VALIDATION DES ACQUIS

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

LIEU : Institut Français de la Mode - 36, quai d'Austerlitz - 75013 Paris

DURÉE : 2 jours - 9h00 / 17h30 (14 heures)

COÛT : 1 550 € HT

Ce séminaire est pris en charge dans le cadre du DIF.