

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

## **E-commerce et Expérience utilisateur (UX) : quelle ergonomie pour vos dispositifs de vente en ligne?**

### **Objectif de la formation**

Vendre sur Internet est un exercice délicat car cela nécessite de maîtriser de nombreux leviers, en particulier la facilité d'accéder aux produits recherchés et de les acheter dans la foulée. Concevoir un site d'e-commerce performant suppose donc une parfaite intégration des techniques de merchandising et une [ergonomie optimale du site](#).

En s'appuyant sur des exemples issus des dernières refontes et sur les initiatives récentes les plus exemplaires, cette formation e-commerce permet d'appréhender les pistes à suivre pour améliorer la qualité de votre site, et en particulier la mise en valeur de votre offre, l'accès aux fiches produit et le processus de commande et de paiement en ligne.

A l'issue de ces deux jours, chaque participant repart avec une cartographie ergonomique approfondie de son site et des pistes concrètes d'optimisation.

### **A qui s'adresse cette formation ?**

Une journée indispensable aux responsables de sites marchands, aux chefs de projets, aux concepteurs et aux responsables marketing online.

Découvrez toutes [nos formations e-Commerce](#).

### **Progression pédagogique :**

#### **Premier jour**

##### **1. Ce qu'est l'ergonomie**

- Définition
- Apports de l'ergonomie
- Les facteurs de succès d'un site web

##### **2. Comment naviguent les internautes**

*Les recherches sur les interactions entre l'homme et l'ordinateur fournissent les règles de base indispensables à connaître pour faire les bons choix lors de la conception de son site. Nous verrons plus particulièrement en quoi la mémoire et les lois de la perception visuelle conditionnent le rapport au site.*

- Comment les internautes naviguent sur les sites web
- Comment ils les perçoivent
- Les processus cognitifs de traitement de l'information : définition et principes de base sur la mémoire, la perception et l'attention

##### **3. Les qualités ergonomiques d'une interface**

#### 4. Quelques conseils pour créer un site e-commerce

- Les déterminants de l'achat en ligne et de la fidélité
- Penser au client
- Les fiches clients types
- Simplicité et utilisabilité
- Le contenu

#### 5. Réussir sa page d'accueil

- Rendre son site attractif dès la page d'accueil
- Instaurer un climat de confiance
- Concevoir les bons outils de navigation
- Proposer les bonnes portes d'entrée pour bien guider ses visiteurs

#### 6. Faciliter l'immersion dans son site

- Faciliter la circulation descendante et transversale
- Faciliter le repérage au cours d'une visite
- Simplifier les logiques de parcours
- Bien combiner les modes d'accès
- Concevoir un moteur de recherche performant

#### 7. Réussir ses pages produit

- Proposer des fiches produit lisibles et informatives
- Soigner la lisibilité à l'écran
- Bien intégrer les avis d'internautes
- Tirer le meilleur parti des interfaces riches

#### 8. Optimiser le processus d'achat en ligne

- Optimiser les différentes étapes du processus de commande
- Simplifier la gestion du panier
- Le paiement en ligne
- Réussir son formulaire de création de compte
- Optimiser le paiement en ligne

#### 9. Recommandations pour augmenter son taux de transformation et développer sa relation client

##### Deuxième jour

#### 9. Recommandations pour augmenter son taux de transformation et développer sa relation client

*Cette seconde journée sera consacrée à la mise en pratique du bagage théorique vu précédemment. Chaque participant sera amené à réaliser une analyse complète de son propre site ainsi qu'un diagnostic ergonomique du site des autres participants. Chaque analyse fera l'objet d'une mise en commun et aboutira à l'élaboration d'une synthèse des forces et faiblesses de chaque site. Le travail personnel portera notamment sur les points suivants :*

#### 1. Étude de la performance et du niveau de séduction de la page d'accueil

- Identification de l'éditeur du site
- Clarté de l'offre de contenus et de services
- Présentation et design de la page

- Structure et taille de la page

## **2. Analyse de l'ergonomie et de l'aisance de la navigation**

- Qualité de l'architecture et pertinence des rubriques
- Homogénéité de la structure de navigation
- Performance de la circulation descendante, ascendante et transversale
- Facilité de repérage au cours d'une visite
- Qualité des outils de recherche

## **3. Diagnostic du design des pages et de la présentation des produits**

- La charte graphique
- Qualité et pertinence des illustrations
- Lisibilité des textes
- Mise en valeur de l'offre (animations, photos, vidéos, etc.)

## **4. Performance de l'interactivité et de la qualité de la relation client**

- Performance de l'approche avant-vente
- Performance du processus d'achat en ligne
- Qualité et accessibilité des outils de contact
- Attractivité de la newsletter et facilité d'inscription

La formation sera animée par Frédéric Falletta

## **Les moyens pédagogiques**

### **Support de formation**

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

### **Locaux - Matériel fourni**

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

*CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.*

### **Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi**

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

### **Convention de formation**

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

### **Durée de la formation**

La durée totale de la formation est de **14 heures**.