



Vittoria Conseil présente

Les Matinées de
l'e-business
2012

PROGRAMME DE LA CONFERENCE du 15 mai 2012

Développer votre site internet avec des outils d'e-merchandising

Contexte

Les ventes sur internet continuent de progresser malgré une conjoncture économique difficile. Selon l'étude publiée par la Fevad (Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance) Au 1er trimestre 2011 : + 20% avec un chiffre d'affaires de l'ensemble des sites e-commerce qui atteint 8,8 milliards d'euros. Cette croissance est générée notamment par l'augmentation du nombre de boutiques en ligne et l'augmentation du nombre d'acheteurs. Le marché est donc particulièrement porteur.

Objectifs

Appréhender les différentes solutions e-commerce / merchandising en ligne et ainsi permettre à un site de se lancer dans le e-commerce dans les meilleures conditions aussi bien sur un modèle BtoC que BtoB.

I - E-commerce & e-merchandising

- Définitions
- Etat des lieux
- Etude sectorielle
- Les chiffres clés
- Enjeux

II - Se lancer dans le e-commerce

- Pourquoi se lancer
- success stories / Etude de cas
- A considérer avant de se lancer
- 10 Conseils clés pour se lancer dans de bonnes conditions
- Pièges à éviter

III - Définir sa stratégie e-Commerce

- Définir son offre
- Evaluer la concurrence online
- Estimer le potentiel
- Déterminer les moyens requis
- Evaluer les ressources

IV - Les différentes solutions e-commerce

- Créer soi-même
- Agence Web
- Solutions open Source
- Plateformes clés en main
- Marketplaces

V - Gérer sa boutique - évaluation des différentes solutions

- Graphisme
- Catalogue produit
- Logistique
- Paiement en ligne
- Animation du site
- Marketing - Générer du trafic = référencement payant et naturel, notoriété, publicité online
- Amélioration des performances : taux de conversion

VI - Opération séduction du client

- Identité de la marque
- Offre (prix, caractéristiques, disponibilité)
- User Generated Content
- Opérations promotionnelles
- Media / Graphique

VII - Modèle e-commerce - merchandising online

- Le merchandising online
- Pour qui - pourquoi
- Le marché du e-merchandising - produits dérivés textile
- Modèle économique
- Co création / Personnalisation
- Case studies

VIII - Question / Réponses



Sabrina Rahilou - SPREADSHIRT

B2C : Leader Européen du vêtement personnalisable en ligne / B2B: Solution gratuite de boutiques en ligne en marque grise

Après différentes expériences à l'étranger notamment en Agence de publicité à Londres, Sabrina rejoint Spreadshirt en Mai 2009 avec pour principale mission la gestion des grands compte e-commerce et le new business. En septembre 2010, elle prend la direction du marché Français et coordonne les opérations marketing et la stratégie commerciale. Sabrina possède un BA de l'école commerce de La Rochelle ainsi qu'un MBA de l'école de Commerce Asper School of Business au Canada.

