Formation Développer la commercialisation en ligne et l’expérience client de créations parfumées

DÉVELOPPEZ LA VENTE DE VOS CRÉATIONS PARFUMÉES EN STRUCTURANT VOTRE OFFRE

La commercialisation de parfums sur Internet nécessite de savoir présenter les caractéristiques olfactives des créations, de structurer une gamme de produits et de faciliter le choix des clients. Cette formation permet de travailler les différentes étapes de la vente en ligne dans le secteur de la parfumerie. Elle aborde notamment la présentation des fragrances, la rédaction des fiches produits, l’organisation d’une boutique en ligne, le référencement et la relation client.

OBJECTIF

A l’issue de la formation Formation Développer la commercialisation en ligne et l’expérience client de créations parfumées, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Structurer et valoriser une gamme de produits parfumés en fonction de leurs caractéristiques et de leur positionnement commercial.
- Présenter les créations olfactives à travers des fiches produits et des contenus adaptés à la vente en ligne.
- Organiser un espace de vente en ligne et améliorer le parcours d’achat des clients.
- Développer la visibilité commerciale, les ventes et la fidélisation de la clientèle grâce aux outils numériques.

LES PRÉREQUIS

Maîtriser l’environnement de Windows ou Mac et la micro-informatique est nécessaire pour suivre cette formation, de même que des connaissances de base des concepts et technologies du logiciel : un bilan préformation sera établi.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences.

OUTILS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Matériel requis : Ordinateur, connexion Internet, navigateur web à jour, si la formation porte sur un logiciel spécifique, vous devez avoir une version de celui-ci. En cas de formation en présentiel, un PC avec les logiciels nécessaires pourra vous être prêté le temps de la formation.
Plateformes utilisées : outils collaboratifs (Google Docs, Drive pour échanges de fichiers), échange de mail, site web spécifique pour envoi de gros fichiers
Supports fournis : supports PDF, modèles de sites, bibliothèques d’exemples

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d’émargement signée. Une attestation de fin de stage est délivrée. Exercices pratiques tout au long de la formation. Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

LES POINTS FORTS

Formation réalisable à distance,
en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Avancement à votre rythme
Devenez autonomes !

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap,
Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut et du financement de la formation. Pour en savoir plus, contactez-nous

SI FORMATION À DISTANCE

Dispositif d’exécution utilisé pour la visio : Nous utiliserons de préférence Google Meet, en cas de problème ou changement nous pouvons passer par Microsoft Teams, Zoom, Skype.
Dispositif mis en place pour échanger : Le formateur reste disponible par mail entre les séances pour toutes éventuelles question

DURÉE DE LA FORMATION

Se référer au devis

MODALITÉ D'EXECUTION

Se référer au devis

MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

L’accompagnement comprend

– Un test de positionnement initial permettant d’adapter le parcours
– Un entretien de cadrage pédagogique en début de formation
– Un suivi continu durant les séances (feedback immédiat, corrections guidées)
– Un temps de questions/réponses en début de chaque session (10 à 15 minutes). Votre formateur vous pose quelques questions pour repérer ce qui a été retenu du cours précédent et fait une piqûre de rappel en cas de besoin
– Une disponibilité du formateur par email entre les séances (sous 48h ouvrées)
– Un point intermédiaire à mi-parcours
– Un bilan final de préparation à la certification

Encadrement

– Le formateur est là pour vous, il vous accompagne tout au long du processus
– Accompagnement individualisé en cas de difficulté
– Adaptation des exercices au niveau du candidat
– Tout en dirigeant cette formation, il s’adapte à votre rythme, à votre besoin

Modes d'évaluation de la progression

L'évaluation se fait tout au cours de la formation. Une fois un point du programme vu, un retour d'information oral peut s'effectue ou plus fréquemment une manipulation par le stagiaire pour voir si le point est compris et acquis.

La théorie, mais surtout la pratique est de mise pour atteindre l'objectif fixé

La durée annoncée de chaque module est la durée minimum, elle peut être allongée si nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 – Positionnement commercial d'une activité de parfumerie

- Analyse du positionnement de l'activité et des spécificités des créations parfumées.
- Identification des profils de clientèle et des habitudes d'achat.
- Définition des caractéristiques différenciantes de l'offre.
- Identification des marchés et des opportunités de développement commercial.
- Définition des axes de développement de la vente en ligne.

Module 2 – Structuration et organisation d'une gamme de produits parfumés

- Organisation des différentes gammes et références de parfums.
- Classification des produits selon les familles olfactives et les usages.
- Présentation des caractéristiques des compositions et des différentes concentrations.
- Organisation des formats, déclinaisons et coffrets proposés à la vente.
- Structuration des informations nécessaires à la présentation des produits.

Module 3 – Valorisation des créations parfumées et rédaction commerciale

- Présentation des caractéristiques olfactives et des particularités des fragrances.
- Traduction des notes olfactives en descriptions accessibles aux consommateurs.
- Rédaction de fiches produits adaptées à la vente en ligne.
- Construction d'arguments commerciaux autour des créations et de leur identité.
- Valorisation de l'histoire, de l'inspiration et du savoir-faire liés aux parfums.

Module 4 – Merchandising et organisation d'une offre de parfumerie

- Principes de présentation commerciale des produits parfumés.

- Organisation des catégories et des univers olfactifs.
- Mise en avant des produits selon les gammes et les clientèles ciblées.
- Valorisation des coffrets, formats découverte et offres associées.
- Techniques de présentation destinées à faciliter la découverte des créations.

Module 5 – Expérience client et optimisation du parcours d'achat

- Compréhension du comportement d'achat des consommateurs de parfums en ligne.
- Identification des freins à l'achat liés à l'impossibilité de sentir une fragrance à distance.
- Création de supports d'aide au choix : guides olfactifs, questionnaires et recommandations.
- Organisation des étapes de découverte et de sélection des produits.
- Amélioration de la réassurance et de l'expérience client avant la commande.

Module 6 – Organisation et développement d'une boutique de vente en ligne

- Organisation fonctionnelle d'une boutique en ligne spécialisée dans la parfumerie.
- Structuration du catalogue et des différentes catégories de produits.
- Intégration et présentation des fiches produits, formats et déclinaisons.
- Organisation des informations commerciales, des prix et des disponibilités.
- Présentation des conditions de commande, de paiement et de livraison.
- Mise en application sur un environnement de vente en ligne à partir de produits de l'activité.

Module 7 – Référencement naturel et visibilité des produits parfumés

- Compréhension du référencement naturel appliqué à la vente de parfums.
- Identification des recherches effectuées par les consommateurs de produits parfumés.
- Sélection des mots-clés liés aux fragrances, aux familles olfactives et aux usages.
- Optimisation des titres, descriptions et contenus des fiches produits.
- Organisation des contenus pour améliorer la visibilité des gammes sur les moteurs de recherche.

Module 8 – Développement de la communication commerciale autour des parfums

- Utilisation des réseaux sociaux pour présenter les créations parfumées.
- Choix des contenus visuels et éditoriaux adaptés à l'univers de la parfumerie.
- Présentation des nouvelles créations et des différentes gammes.

- Construction d’un calendrier de communication à vocation commerciale.

Module 9 – Fidélisation et développement de la relation client

- Organisation du suivi de la clientèle après l’achat.
- Techniques de communication avec les clients existants.
- Présentation des nouvelles créations et des nouveautés de la gamme.
- Développement des ventes complémentaires et des achats récurrents.
- Mise en place d’actions de fidélisation adaptées à la vente de parfums.

Module 10 – Analyse des ventes et optimisation commerciale

- Identification des principaux indicateurs de performance d’une boutique en ligne.
- Analyse des ventes par gamme et par référence.
- Évaluation des performances des fiches produits et du parcours d’achat.
- Identification des axes d’amélioration de la commercialisation en ligne.