
Formation E-commerce – GIMEX

Cours 2 – Concepts clés du e-commerce et outils

Objectifs du cours

- Comprendre les concepts fondamentaux du e-commerce.
- Connaître le vocabulaire clé pour communiquer efficacement.
- Découvrir les principaux outils utilisés pour gérer et analyser une boutique en ligne.

1. Concepts clés du e-commerce

| Concept | Définition | Exemple GIMEX |
|---|---|---|
| Conversion | Action qui transforme un visiteur en client. | Un client ajoute un produit GIMEX au panier et finalise l'achat. |
| Tunnel de vente | Parcours complet d'un utilisateur de la visite jusqu'à l'achat. | Visiteur → Page produit → Panier → Paiement → Confirmation. |
| SEO (Search Engine Optimization) | Optimisation pour apparaître plus haut dans les résultats Google. | Utiliser des mots-clés "outillage professionnel" sur les fiches produits. |
| UX (User Experience) | Expérience vécue par l'utilisateur sur le site. | La facilité à trouver un produit sur le site GIMEX. |
| UI (User Interface) | Partie visuelle et design du site. | Boutons clairs, visuels cohérents sur le site GIMEX. |
| CRO (Conversion Rate Optimization) | Optimisation du taux de conversion. | Modifier la position du bouton "Ajouter au panier" pour augmenter les ventes. |

2. Outils utilisés dans le e-commerce

| Outil | Fonction principale | Exemple pratique GIMEX |
|--------------------------|---|---|
| Shopify | Création et gestion de la boutique en ligne | Ajouter un produit, gérer les stocks, personnaliser la boutique. |
| Microsoft Calrity | Analyse comportementale (heatmaps, enregistrements) | Voir où les visiteurs cliquent le plus sur une fiche produit. |
| Haloscan | Analyse SEO et mots-clés | Identifier les mots-clés pour optimiser la visibilité d'un produit GIMEX. |
| Google Analytics | Suivi du trafic et des conversions | Suivre le nombre de visiteurs, pages vues et taux de conversion. |

3. Exercices pratiques

1. Tunnel de vente GIMEX

- Dessine ton propre tunnel de vente pour un produit GIMEX.
- Identifie les points où un visiteur pourrait abandonner l'achat.

2. Recherche de mots-clés

- Utilise Haloscan (ou un outil comme Ubersuggest) pour trouver **5 mots-clés pertinents** pour un produit GIMEX.

3. Analyse UX/UI rapide

- Choisis une page produit du site GIMEX.
- Note 3 points positifs et 3 points à améliorer en termes de design et expérience utilisateur.

4. Mini-test de conversion

- Imagine deux versions d'un bouton CTA ("Ajouter au panier" vs "Je veux ce produit").
- Quelle version pourrait mieux convertir ? Pourquoi ?

4. Lexique évolutif – Concepts et outils

- **Conversion** : Transformation d'un visiteur en client.
- **Tunnel de vente** : Parcours complet de l'utilisateur jusqu'à l'achat.
- **SEO** : Optimisation pour moteurs de recherche.
- **UX / UI** : Expérience et interface utilisateur.
- **CRO** : Optimisation du taux de conversion.
- **Shopify** : Plateforme pour créer et gérer une boutique en ligne.
- **Hotjar/Microsoft clarity** : Outil pour analyser le comportement des visiteurs.
- **Haloscan** : Outil d'analyse SEO et concurrentielle.
- **Google Analytics** : Outil pour suivre le trafic et les conversions.

| Compétences / Tâches e-commerce | Odile | Sandra | Evane | Romane |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Expliquer ce qu'est une conversion | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Expliquer ce qu'est un tunnel de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Expliquer le rôle du SEO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Identifier les principes de UX/UI | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Expliquer le CRO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Savoir ajouter un produit sur Shopify | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Analyser le comportement utilisateur avec Microsoft Clarity | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Trouver des mots-clés avec Haloscan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Suivre les indicateurs avec Google Analytics | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Identifier un point d'amélioration UX sur une page produit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Proposer une optimisation d'un bouton CTA
(mini-test de conversion)

