PILOTER ET RÉUSSIR SON PROJET E-COMMERCE

SUPPORT DE FORMATION COMPLET & OPÉRATIONNEL

Parcours Pédagogique : 30 Heures (10 séances de 3h)
Public : Créateurs d'entreprises, Porteurs de projet, Étudiants
Édition : 2026

PROGRAMME ET TIMING DES 30 HEURES

La formation est découpée en 10 sessions de 3 heures combinant cours théoriques, exemples concrets et ateliers pratiques interactifs.

Session	Module / Contenu Pédagogique	Durée
S1	Fondamentaux, chaîne de valeur, modèles économiques et étude de marché.	3h
S2	Business Plan, marges, calcul de rentabilité et choix de plateforme (SaaS vs Open Source).	3h
S3	Cadre légal européen, conformité RGPD, CGV, mentions obligatoires et rétractation.	3h
S4	Écosystème et architecture des CMS ouverts : PrestaShop, Thelia, OsCommerce.	3h
S5	Installation technique concrète, bases de données MySQL, gestion FTP et thèmes.	3h
S6	Création de catalogue, arborescence, déclinaisons, passerelles de paiement et sécurité.	3h
S7	Chaîne logistique complète, règles de transport, picking, packing et gestion des retours.	3h
S8	Relation client omnicanale, systèmes de ticketing, outils de fidélisation et marketing.	3h
S9	Maîtrise des outils Google d'analyse de trafic : Google Analytics 4 et Search Console.	3h
S10	Publicité (Merchant Center, Google Ads), tableaux de bord Looker Studio et évaluation.	3h

BLOC 1 : STRATÉGIE & CONCEPTION (S1 à S3)

Session 1 : Fondamentaux & Étude de marché

La chaîne de valeur : Comprendre que le e-commerce ne se limite pas à un site internet, c'est l'interconnexion fluide d'un écosystème technique et logistique global.

- **Modèles économiques :** Stock propre (gestion internalisée), Dropshipping (expédition directe par le fournisseur), Abonnement (revenu récurrent), Marketplaces (vente via des tiers).

Propriété de l'Organisme de Formation - Tous droits réservés

- **Étude de marché :** Analyse des volumes et tendances de recherche via Google Trends pour valider l'existence d'une demande réelle sur un secteur donné.

Session 2 : Business Plan & Rentabilité Financière

Marge Brute vs Marge Nette : La marge brute représente la différence entre le prix de vente et le coût d'achat du produit. La marge nette déduit l'ensemble des frais cachés indispensables : emballage, frais de port, commissions bancaires (ex: Stripe, PayPal) et frais d'acquisition publicitaire.

Seuil de Rentabilité : Chiffre d'affaires minimum nécessaire pour couvrir toutes les charges de l'entreprise (Point Zéro). Calculé selon la formule : Coûts Fixes / Taux de Marge Brute.

Session 3 : Le Cadre Légal et Réglementaire

RGPD : Obligation de recueillir le consentement explicite de l'internaute avant le dépôt de cookies traceurs. Les options d'acceptation et de refus doivent être sur un pied d'égalité.

Mentions obligatoires : Présence stricte de Conditions Générales de Vente (CGV) validées à l'achat, mentions légales complètes (SIRET, siège) et affichage clair du droit de rétractation légal de 14 jours.

Propriété de l'Organisme de Formation - Tous droits réservés

BLOC 2 : TECHNIQUE & CONFIGURATION (S4 à S7)

Session 4 : Écosystème PrestaShop, Thelia, OsCommerce

- **PrestaShop :** Le leader européen. Développé en PHP, s'appuie sur le framework structuré Symfony. Idéal pour sa robustesse et son large catalogue de modules.
- **Thelia :** Solution alternative moderne reposant sur Symfony et le moteur de templates Twig. Réputé pour sa flexibilité et ses excellentes performances d'affichage brute.
- **OsCommerce :** Le pionnier historique du e-commerce en PHP procédural. Sa maîtrise technique s'avère aujourd'hui utile pour la maintenance ou la migration de bases de données de boutiques anciennes.

Session 5 : Installation Pratique de la Boutique

Architecture Serveur : Compréhension et liaison des composantes indispensables d'un site auto-hébergé : réservation du nom de domaine, souscription à un hébergement web, gestion des accès FTP pour le dépôt des fichiers du CMS et configuration de la base de données MySQL pour le stockage dynamique.

Session 6 : Catalogue, Paiement et Sécurité

Structure du catalogue : Organisation logique des catégories pour un parcours utilisateur optimal. Configuration fine des attributs (caractéristiques génériques) et des déclinaisons complexes (variantes de taille ou couleur disposant de stocks dédiés).

Sécurisation : Déploiement obligatoire d'un certificat SSL (HTTPS) pour le chiffrement des flux. Externalisation du traitement bancaire par des solutions respectant les normes de sécurité PCI-DSS.

Session 7 : Chaîne Logistique & Expédition

Gestion des flux physiques : Processus opérationnels de traitement des commandes incluant le *Picking* (collecte des articles en rayon) et le *Packing* (mise en colis réglementaire). Intégration technique des transporteurs et calcul automatisé des frais de port au poids ou par paliers de prix.

BLOC 3 : EXPÉRIENCE CLIENT & PILOTAGE DATA (S8 à S10)

Session 8 : Relation Client et Fidélisation

Omnicanalité & Automatisation : Déploiement d'outils de centralisation des requêtes (Ticketing) et réduction des sollicitations répétitives via la création d'une FAQ dynamique. Automatisation marketing ciblée : relance automatique de paniers abandonnés et programmes de fidélisation.

Session 9 : Maîtrise des Outils Google d'Analyse

- **Google Search Console :** Analyse technique de l'indexation, détection des erreurs de navigation mobile et suivi des mots-clés d'acquisition naturelle.

Propriété de l'Organisme de Formation - Tous droits réservés

- **Google Analytics 4 (GA4) :** Suivi comportemental détaillé à travers la configuration d'événements clés pour analyser l'efficacité du tunnel de conversion (Ajouts au panier, Début du paiement, Ventes finalisées).

Session 10 : Publicité Google et Tableaux de Bord

Merchant Center : Synchronisation des flux de produits e-commerce pour alimenter les campagnes publicitaires ciblées de Google Shopping. Centralisation finale de l'ensemble des indicateurs de performance (KPI) — Chiffre d'affaires, Taux de conversion, Panier Moyen — au sein de rapports automatisés et dynamiques sur Google Looker Studio.

Propriété de l'Organisme de Formation - Tous droits réservés

DISPOSITIFS D'ÉVALUATION ET ATELIERS

Cahier des Charges : Projet Fil Rouge (Évaluation Continue)

Chaque apprenant doit élaborer une boutique en ligne témoin tout au long des 30 heures de cours. Les livrables obligatoires à présenter en fin de parcours comprennent :

1. **Un dossier stratégique (PDF) :** Présentant un portrait de la concurrence, le profil type du client (Persona), le calcul exact des marges nettes du produit phare et le seuil de rentabilité mensuel théorique.
2. **Un prototype fonctionnel de boutique :** Un site e-commerce déployé comprenant un catalogue structuré, un produit décliné, un mode de livraison paramétré et une passerelle de paiement active en mode Test.
3. **Une interface de pilotage data :** Une simulation de flux Google Merchant Center et un wireframe de tableau de bord Looker Studio regroupant les indicateurs clés.

Grille d'Évaluation Officielle (Sur 20 Points)

Critères d'Évaluation	Détails des points contrôlés	Barème
Analyse Stratégique & Financière	Pertinence du Persona, étude de la concurrence, rigueur et réalisme du calcul de marge et du seuil de rentabilité.	5 Pts
Conception Technique du Catalogue	Qualité de l'arborescence, gestion des déclinaisons de produits, expérience fluide et responsive sur mobile, tunnel d'achat fonctionnel.	6 Pts
Logistique, Sécurité & Législation	Configuration automatisée des frais de port, conformité réglementaire (RGPD, mentions obligatoires, CGV), sécurisation HTTPS/SSL.	5 Pts
Analyse Data & Soutenance	Interconnexion des outils de tracking, pertinence des indicateurs Looker Studio choisis et clarté de la présentation orale finale.	4 Pts

Note de fin de document : Ce support est mis à jour selon les standards e-commerce et réglementations applicables en 2026.

Propriété de l'Organisme de Formation - Tous droits réservés