

## Module 2 – Communication digitale

### Sous Module 2.2 – Vente en ligne

Type de module: Optionnel

Développement des compétences clés de l'UE :

- Numérique
- Apprentissage
- Entrepreneuriat

Mode de réalisation de la formation : en ligne ou en face à face

Nombre d'heures prévues : 4h

#### 1. Brève description du sous-module (*objectif général et mots clés*)

Ce module introduit le concept de vente en ligne. Ce module fournit une introduction générale au commerce électronique. Concepts généraux, marketing numérique et outils disponibles

#### 2. Les résultats d'apprentissage (*ce que les apprenants vont apprendre ?*)

1. Comprendre les principaux concepts du commerce électronique/ acquérir les informations et la méthode pour être capable après la formation de créer un module de vente/réservation en ligne adapté à une offre.
2. Connaître les méthodes de base de la communication pour vendre
3. Connaissance de quelques applications pour le commerce en ligne/ Identifier les différents outils web à disposition pour répondre aux objectifs commerciaux de la vente en ligne.
4. Exemples concrets de plateformes de vente existantes

#### 3. Durée et calendrier (*combien d'heures au total ? Comment les heures sont-elles réparties ? Y a-t-il d'autres exigences ou suggestions... ?*)

4 heures au total, deux sessions de deux heures ou en une seule session avec deux blocs

#### 4. Techniques (*quelles méthodes seront utilisées, par exemple : leçons, étude de cas, visite, débats, journées sur le terrain, modèles, questions-réponses, brainstorming, travaux de groupe, présentation, travail en binôme... ?*)

Présentation, vidéo, questions et réponses, échanges avec les intervenants et les stagiaires.

#### 5. Formateurs (*Quelle expertise est requise pour dispenser ce sous-module ? Y a-t-il des conseils pour les formateurs sur la préparation ou la conduite du sous-module ?*)

Un formateur avec une expérience en communication et en marketing.

**6. Observations** (*y a-t-il d'autres observations pertinentes à propos de ce sous-module, des conseils et des suggestions pour l'exécution ?*)

Le sous-module peut être délivré en face à face ou en ligne selon les conditions d'hygiène.

**7. Organisation du sous-module** (*réalisation de l'activité*)

Séquence/activité	Objectifs	Temps	Ressources <i>(plateforme d'apprentissage, connexion en ligne, tableau, crayons, transport...)</i>	Matériel de formation <i>(présentations, textes, rapports, tableaux, vidéos, documents à distribuer....)</i>
<b>Séquence 1 (2h)</b>				
Introduction et présentation du module	Les participants connaissent le formateur et se présentent. Les participants connaissent les objectifs du module	15 mn	En salle ou en visio	Dossier avec agenda et carnet de notes
La vente en ligne : Où vendre en ligne ? Présentation de la vente en ligne 1. propre boutique en ligne (Wordpress, Shopify) 2. Place de marché (Amazon, Correas Market ... exemples sectoriels : Etsy, Promofarma, Carrefour, todostuslibros.com, Hermeneus ..., plateformes locales, plateformes ("Ruche, Drive", "Socleo", "cagette.net", "Terre de Saveurs" ..) 3. Réseaux sociaux : tendances à la vente (ex : Instagram) 4.	Les participants connaissent les principaux concepts et l'identification de quelques outils de vente et leurs spécificités (commissions sur les ventes, public cible...)	60 mn	En salle ou en visio	Présentation Powerpoint (A1)
Focus sur une plateforme de réservation en ligne " Elloha, ....	Connaître les fonctionnalités offertes par cette plateforme en fonction de ses	45 mn	En salle ou en visio	Apports théoriques + démonstration + mise à disposition d'un tutoriel pour aller plus loin.

	objectifs et de ses activités			
<b>Séquence 2 (2h)</b>				
Ce qu'il faut savoir pour vendre en ligne - Public - Processus - Paiements, expéditions et retours - Prix (et stratégie des remises, offres, journées spéciales...) - Gestion des stocks - Support client - Collaboration	Les participants connaissent des informations pratiques	50 mn		Annexe 2. Matériel supplémentaire
Communication - Communication générale et identité numérique - Comment établir un plan de communication ?	Les participants connaissent des informations pratiques sur la communication pour les ventes	30 mn	En salle ou en visio	Présentation Powerpoint (A1)
Outils - Web, blog, boutique en ligne - E-mailing - RRSS - Relations avec les médias		20 mn		
Evaluation/feedback	Les participants identifient la réalisation des objectifs et fournissent des suggestions d'amélioration.	20 mn	En salle ou visio	

## 8. Annexes

Annex 1.Template presentation . Session 1 & Season 2

Annex 2. Additional materials

Annex 3 . Online platform

Annex 4. Assessment sheet