

Bonjour,

A la suite de votre formation du **08 et 09 Juillet 2024 en distanciel** sur le Thème : **Création et optimisation de vos Landing Page avec Getlandy**. vous pouvez **télécharger le document ICI** !

Téléchargement disponible jusqu'au 31/08/2024.

Nous vous demandons de ne pas partager ce document, ni de publier une ou des pages en partie ou en totalité sur Internet et les réseaux sociaux.

Ces documents et leurs informations sont réservés à l'usage exclusif des stagiaires ayant suivis la formation et ils sont protégés par copyright.

Merci de votre compréhension.

Nous restons à votre disposition si besoin !

Pour tout e-commerçant ou porteurs de projets e-commerce, la création d'une boutique en ligne est désormais indispensable. Que vous choisissiez PrestaShop, WooCommerce ou Shopify, mieux vaut connaître les fonctionnalités des plateformes et leurs bonnes pratiques pour créer une boutique complète et vous assurer le succès. **EXPERTISME** vous accompagne pas à pas pour une prise en main rapide.

Les plateformes e-commerce : à quoi servent-elles ?

WooCommerce, PrestaShop ou Shopify rencontrent un franc succès parmi les e-commerçants. Les trois références du marché offrent des solutions de boutique en ligne complètes et adaptées. Celles-ci incluent la mise en ligne et le référencement de l'ensemble de vos produits, ainsi que l'administration de votre inventaire et de vos commandes. De la disponibilité des produits aux opérations promotionnelles, les solutions e-commerce vous assistent pour tenir à jour votre boutique en ligne et répondre à toutes les attentes de vos acheteurs.

Les modalités d'hébergement et de gestion varient d'un éditeur à l'autre. L'utilisation de Shopify diffère par exemple de celle de WooCommerce qui en l'occurrence est un plugin de WordPress.

Quelles que soient les plateformes ciblées, il est nécessaire de bien maîtriser les bases à l'issue d'une formation WooCommerce ou d'une formation PrestaShop, pour proposer vos produits rapidement et sans erreur.

Quelles sont les principales fonctions à apprendre sur PrestaShop, WooCommerce et Shopify ?

Au-delà de l'installation et des premiers réglages, qui nécessitent à eux seuls certaines connaissances, il est utile de bien comprendre les fonctions clés de la gestion de produits. Votre boutique en ligne doit être actuelle et fournir un maximum d'informations sur les produits.

L'information produit et le traitement des commandes

La création des catégories et sous-catégories produit, la gestion des stocks et tous les paramétrages liés aux prix sont à connaître. À cela s'ajoutent le sujet du transport, des taxes et devises, ainsi que les opérations spéciales telles que les promotions et le traitement des commandes.

Une boutique ne doit pas seulement être fonctionnelle : il est également important que celle-ci reflète votre image de marque. Une personnalisation fine de votre boutique lui apportera de la cohérence et la rendra plus attrayante.

L'optimisation pour le SEO : un point clé

Les CMS e-commerce jouent également un rôle important dans votre référencement naturel. Les plateformes permettent d'optimiser les balises, de configurer ses fiches produits dans une optique SEO et d'établir un plan global de référencement.

Ces fonctions sont particulièrement utiles pour gagner en visibilité. Avoir une boutique de qualité est un premier pas, mais la faire connaître est encore plus important pour voir vos ventes croître rapidement.

« Créer une boutique en ligne de A à Z est une tâche titanesque : être armé des bonnes connaissances permet de la mener à bien et d'avoir confiance dans le résultat. » Laurent Rignault - fondateur et CEO d'**EXPERTISME**.

E-commerce : lequel choisir ?

Nous avons une formation e-commerce complète sur le choix de l'outil adapté, mais pour être bref, pour choisir le plus adapté afin de créer une boutique en ligne il faut prendre en compte ses propres connaissances et compétences techniques, ainsi que les besoins spécifiques de son marché cible. WooCommerce, Prestashop et Shopify offrent chacun leurs avantages et leurs inconvénients.

- WooCommerce, en tant que plugin de WordPress, est idéal pour ceux qui ont déjà une certaine familiarité avec cet outil.
- Prestashop propose une solution plus complète pour ceux qui ont besoin d'optimiser et de personnaliser leur site en profondeur.
- Shopify, quant à lui, est réputé pour sa simplicité d'utilisation, mais peut être plus onéreux en fonction des besoins.

Identifier les fonctionnalités nécessaires, évaluer les coûts et se préparer à apprendre les tenants et les aboutissants des différents moyens à votre disposition sont des étapes cruciales dans la prise de décision pour créer un site e-commerce réussi. Évidemment, selon la taille de votre entreprise, votre projet et les clients que vous voulez toucher, le prix est également un facteur à prendre en compte.

Analyser la performance de son site grâce au tableau de bord

Savoir déchiffrer le tableau de bord fourni dans votre solution e-commerce sera important pour apporter rapidement des améliorations en cas d'oubli ou d'anomalie. Commandes en attente de traitement, produits en rupture, demande SAV doivent être identifiés rapidement pour répondre aux attentes de vos clients.

Les outils e-commerce proposent des fonctions d'analyse étendues, qu'il sera nécessaire de comprendre pour ne manquer aucune opportunité.

L'avis des experts d'EXPERTISME

La configuration d'une boutique en ligne à la fois esthétique et performante n'est pas une mince affaire, mais c'est un point important à ne pas négliger. Pour réussir, une seule réponse : se préparer à l'utilisation de son CMS et de ses fonctions les plus sophistiquées.

Grâce aux différentes formations E-commerce d'**EXPERTISME**, ne craignez plus les erreurs et facilitez-vous le traitement des fiches produits et des commandes. Nous établissons un plan de formation et d'évolution sur mesure selon vos besoins et vous accompagnons durant plusieurs mois pour nous assurer que vous maîtrisez votre outil.

Contactez-nous pour en savoir plus sur nos formations e-commerce !

Bonjour,

A la suite de votre formation du **06 et 07 Juin 2024 en Présentiel** sur le Thème : **Gestion du Stress**, vous pouvez **télécharger le document ICI** !

Téléchargement disponible jusqu'au 29/06/2024.

Nous vous demandons de ne pas partager ce document, ni de publier une ou des pages en partie ou en totalité sur Internet et les réseaux sociaux.

Ces documents et leurs informations sont réservés à l'usage exclusif des stagiaires ayant suivis la formation et ils sont protégés par copyright.

Merci de votre compréhension.

Nous restons à votre disposition si besoin !

LinkedIn compte plus d' 1 milliard d'utilisateurs dans le monde, dont plus de 28 millions en France. LinkedIn est sans conteste le réseau professionnel incontournable du moment. Et pour les entreprises, sa variété de profils et sa portée en font également le lieu idéal pour détecter de nouveaux talents ! Avec **EXPERTISME**, découvrez comment exploiter tout le potentiel du digital et de LinkedIn pour recruter vos futurs collaborateurs.

Pourquoi soigner sa présence sur LinkedIn plus que sur les autres réseaux sociaux ?

Comme tout réseau social, LinkedIn permet de booster sa visibilité auprès des acteurs et collaborateurs de son secteur. Avec plusieurs centaines de domaines d'activité représentés, le site est un vivier de talents, quel que soit le profil de l'entreprise.

Faire figurer les réseaux sociaux professionnels parmi ses leviers digitaux n'est désormais plus une option. Véritable vitrine en ligne de votre activité, le réseau social LinkedIn voit se connecter chaque jour plusieurs millions de collaborateurs potentiels, souvent à l'écoute du marché. Grâce à une diffusion d'information instantanée et aux fonctions de recrutement pointues de la plateforme, les entreprises peuvent soigner leur image via LinkedIn et travailler leurs ressources humaines sur le long terme.

« Entre visibilité et qualité de dialogue avec les candidats, LinkedIn concentre tous les atouts d'un bon outil de recrutement. » Laurent Rignault - fondateur et CEO d'**EXPERTISME**.

Les avantages de la gestion du réseau social LinkedIn pour un recruteur par internet

Pour un recruteur, l'utilisation de LinkedIn peut offrir une multitude de bénéfices dans sa stratégie de recrutement. En tant que réseau social de premier plan, LinkedIn permet de définir leur cible de manière précise, en se concentrant sur des critères spécifiques tels que l'expérience, les compétences et l'éducation. Grâce à sa fonction de recherche avancée, les recruteurs peuvent identifier rapidement des profils correspondant à leurs besoins spécifiques, ce qui leur permet de gagner un temps précieux lors du processus de recrutement.

De plus, la création d'un compte et la présence active sur LinkedIn permettent aux recruteurs de développer leur réseau, en établissant des contacts avec des candidats potentiels et en renforçant leur communication web. En utilisant LinkedIn de manière pratique et stratégique, les recruteurs peuvent rester à jour sur les dernières tendances du marché du travail et s'adapter efficacement à toute situation de recrutement.

En somme, l'utilisation intelligente de LinkedIn comme média social destiné au recrutement peut considérablement améliorer la communication web d'un recruteur et lui permettre de répondre efficacement à la demande croissante de talents sur Internet.

L'usage du réseau social LinkedIn comme levier de recrutement privilégié par les entreprises

Contrairement aux réseaux comme Twitter ou Facebook, LinkedIn a été créé dans le but de réaliser des échanges professionnels. En effet Twitter ou Facebook ne permettent pas vraiment une communication directe employeur/prospect. Aujourd'hui, nombreux sont les recruteurs à utiliser le réseau social LinkedIn au service de leur recrutement. Un recrutement qui doit cependant faire l'objet d'une stratégie pointue pour porter ses fruits. À la clé, un lien de qualité avec les candidats sur la durée et une qualité de recrutement maximisée.

Toucher des talents à tout moment de leur parcours

Une large part des utilisateurs du réseau social LinkedIn ne sont pas en recherche active d'un emploi. Ces internautes méritent pourtant toute l'attention des recruteurs : leur situation pourrait en effet évoluer dans les mois et années à venir et devenir propice à un recrutement ! LinkedIn permet de toucher les profils intéressants au moment propice, mais aussi de soigner leur attractivité sur la durée. La démarche de recrutement se fait ainsi plus naturellement, au fil du temps et de la disponibilité de chaque talent.

Des outils au service des professionnels

Le réseau social propose à ses utilisateurs une plateforme dédiée, LinkedIn Recruiter, dont les fonctionnalités permettent d'affiner la démarche de recrutement. Des campagnes d'annonces sponsorisées à la création d'une page carrières, les leviers ne manquent pas pour entrer en contact avec les candidats qui vous intéressent et améliorer votre visibilité.

Se distinguer grâce aux annonces LinkedIn Ads

Un recrutement efficace via LinkedIn passe le plus souvent par LinkedIn Ads. Définir sa stratégie d'annonces et le contenu à promouvoir est complexe et pourtant essentiel. Pour des résultats rapides et pertinents, on se penchera sur des sujets tels que :

- le format des annonces,
- le ciblage et la gestion des enchères,
- l'analyse et l'amélioration continue.

La gestion de campagnes d'annonces sur LinkedIn ne s'improvise pas et nécessite de maîtriser à la fois l'interface et les bonnes pratiques en matière de contenu. Plus largement, il vous sera nécessaire de bien comprendre l'environnement du web et des réseaux sociaux pour communiquer efficacement avec les candidats.

La mission d'**EXPERTISME** : vous fournir toutes les clés pour développer des campagnes de recrutement performantes et bien ciblées. Nous vous accompagnons dans la définition d'une stratégie adaptée et dans la compréhension des enjeux liés à LinkedIn.

L'avis des experts d'EXPERTISME

L'utilisation des médias digitaux, et via LinkedIn en particulier, a profondément transformé la manière d'aborder le recrutement. Devenu incontournable, ce réseau offre à la fois l'opportunité de travailler son image et celle d'un recrutement continu, proche de votre besoin.

Les fonctionnalités de la plateforme se multiplient et doivent être bien maîtrisées pour obtenir l'effet escompté. Votre formateur **EXPERTISME** vous accompagne tout au long de votre formation réseaux sociaux pour adapter vos pratiques en matière de ressources humaines aux usages de la plateforme et tirer parti de ses outils. En activant les bons leviers, gagnez du temps dans votre recherche et séduisez les meilleurs candidats pour votre entreprise.

En prenant le virage de l'IA, **Google envisage de modifier en profondeur la recherche sur le web**. L'annonce et le déploiement de la Search Generative Experience de Google aux Etats-Unis en est la preuve la plus flagrante.

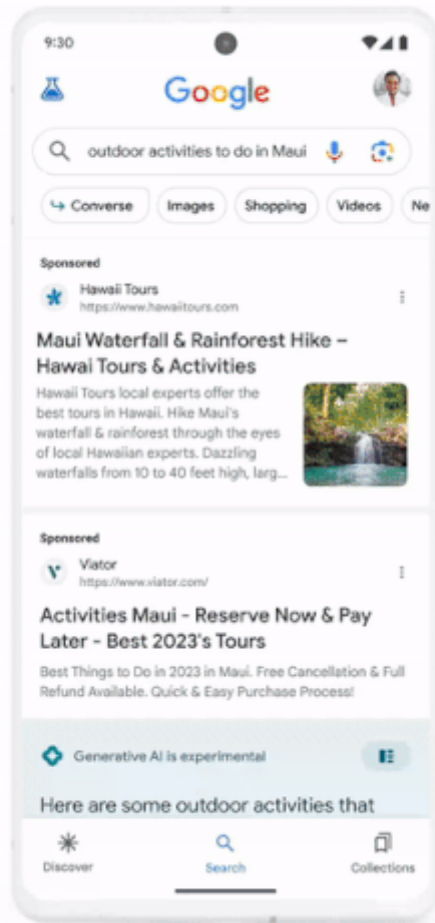
La SGE est annoncée comme une révolution pour guider les internautes dans leurs parcours de recherche avec pour promesse de mieux répondre à chacun.

Google est donc en train de muter d'un moteur de recherche en un moteur de réponse.

Qu'est ce que la SGE (Search Generative Experience) ?

La SGE est une page de résultats augmentée par de l'IA générative.

La SGE est la réponse de Google à l'évolution rapide de l'intelligence artificielle dans le domaine de la recherche en ligne. En intégrant des capacités génératives avancées, Google SGE vise à fournir des réponses plus complètes et contextualisées par rapport aux requêtes.



Les Fonctionnalités principales de la Future Search Générative Experience

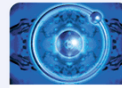
Les principales fonctions de la Search Generative Experience (SGE) de Google sont :

1. **La génération de contenu contextuel** : La SGE peut générer des réponses détaillées et contextuelles en synthétisant des informations à partir de diverses sources disponibles sur le web. Cela permet de fournir aux utilisateurs des réponses complètes et nuancées qui vont au-delà des résultats de recherche traditionnels.
2. **L'Interactivité et le dialogue** : La SGE permet une interaction plus naturelle et un dialogue avec l'utilisateur. Les internautes peuvent poser des questions, clarifier leurs doutes et obtenir des informations spécifiques, facilitant ainsi une expérience de recherche plus dynamique et conversationnelle.
3. **La personnalisation** : La SGE s'adapte aux besoins et aux préférences de chaque utilisateur, offrant des résultats de recherche personnalisés basés sur l'historique de recherche, les comportements en ligne et les préférences indiquées.
4. **L'apprentissage et l'évolution continue** : La SGE utilise des technologies d'apprentissage automatique et d'intelligence artificielle pour améliorer constamment ses capacités de génération et de compréhension. Cela signifie qu'elle apprend de chaque interaction et s'améliore avec le temps, offrant des réponses de plus en plus précises et pertinentes.

🛡️ Generative AI is experimental. Info quality may vary.

Hydrogen is the most common element on the periodic table. It makes up around 74% of the detectable content of the universe and 91% of the atoms in the universe. Hydrogen is the simplest element in the universe, with just one proton and one electron. It's also the only element that doesn't have a neutron. Hydrogen has existed since atoms formed in the remnants of the Big Bang.

The other most common elements in the universe are helium, oxygen, carbon, and neon.



Hydrogen - Element information, p...

RCS



Why Is Hydrogen the Most Commo...

Live Scie...



Most Common Elements in the Universe & on...

Study

↩️ Ask a follow up

↩️ What is the rarest element in the universe?

↩️ What are the 3 uses of hydrogen?

↩️ What are the 3 m...

👍 🗨️

International Energy Agency
<https://www.iea.org/energy-system>

Hydrogen - IEA

Jul 10, 2023 — Hydrogen is a versatile energy carrier, which can help tackle various critical energy challenges. Today, hydrogen is mainly used in the ...

Hydrogen Council
<https://www.hydrogencouncil.com>

Hydrogen Council

Hydrogen is the missing piece of the clean energy puzzle. The race to decarbonize our planet has begun. We need to embrace clean hydrogen as a global energy ...

BYJU'S
<https://www.byjus.com/question-answer/what-are-the20...>

Name the twenty most common elements?

Hydrogen, H ... Helium, He; Carbon, C ... Nitrogen, N ... Oxygen, O ... Sodium, Na; Aluminium, Al;

Comment se préparer pour l'avenir ?

L'arrivée de la SGE marque un tournant dans la recherche en ligne, mettant l'accent sur l'interactivité et la précision. Elle reflète la volonté de Google de rester à la pointe de l'innovation technologique, répondant aux attentes des utilisateurs qui recherchent des informations rapides, fiables et complètes.

Pour optimiser vos chances et préparer votre site d'apparaître dans la future SGE de Google, il vous faudra suivre quelques conseils clés :

Pour tirer parti de Google SGE, **voici quelques conseils à mettre en œuvre dès aujourd'hui** :

- **Structurez vos contenus** : Utilisez des micro-données, des listes, des tableaux et des réponses courtes de type FAQ pour faciliter la compréhension de votre contenu par l'IA générative de Google.
- **Créez des contenus qualitatifs** : Développez votre autorité dans votre thématique en répondant aux questions les plus posées par vos cibles. Les guides d'achat, comparatifs de produits et FAQ sont particulièrement appréciés par Google SGE.
- **Organiser vos contenus** : Répondez aux critères EEAT (Expertise, Autorité, Pertinence et Fiabilité) pour améliorer votre référencement naturel et votre visibilité dans les résultats de recherche.
- **Adaptez vos contenus** : Concentrez-vous sur des contenus froids avec de la data figée et chiffrée, tels que les requêtes transactionnelles et commerciales, pour lesquels Google SGE est particulièrement performant.

Google SGE représente à la fois un défi et une opportunité pour les professionnels du marketing digital. En adaptant vos stratégies de contenus et de référencement, vous pourrez tirer parti de cette innovation et rester compétitifs dans l'univers du marketing digital.

Anticipez et adaptez votre stratégie SEO face à l'arrivée future de SGE en vous faisant aider par nos Experts SEO pour :

- Comprendre les principes de l'algorithme SGE.
- Identifier les domaines dans lesquels vous pouvez améliorer votre SEO et mettre en œuvre les changements nécessaires.

- Evaluer la performance de votre site web actuel.

**Prenez dès maintenant vos dispositions pour cette arrivée de Google SGE !
Contactez-nous**

Et si d'ici là nous réalisons l'audit SEO de votre site ?

N'hésitez pas à nous contacter pour avoir plus d'informations sur notre Prestation d'Audit Technique et SEO.

Optez pour l'optimisation de votre site Internet avec un audit technique et SEO complet et bénéficiez des conseils de nos Experts sur l'optimisation de votre présence en ligne. Contactez nous dès maintenant pour un devis !