



Optimisation-Conversion.com

Transformer les clics en clients !

Les CRO Formations
**Pour développer votre
approche de l'optimisation
de la conversion**

Franck Scandolera
CRO Consultant Web Analytics & Optimisation
06 74 94 42 12 – Paris



Les formations

Pour un bond en avant de votre approche

- **Les CRO Formations**

- Module 1 : **Comprendre l'optimisation.**
- Module 2 : **Identifier les opportunités d'amélioration**
- Module 3 : **Optimiser l'expérience utilisateur**
- Module 4 : **Les techniques de tests**
- Module 5 : **Organisation et planification**

Laissez-moi vous aider
à **optimiser** votre
conversion

- Editeur du blog optimisation-conversion.com
- Indépendant et techno-agnostique
- Je mets mes compétences en matière de Web Analytics et de Usability acquises pendant des années de pratique dans ces spécialités au service d'annonceurs et d'agences digitales.
- Mon travail se focalise sur l'expérience utilisateur et ses effets sur l'acquisition, la conversion et la rétention.
- Mon approche est rigoureuse, approfondie et pilotés par les données.



**Si vous êtes intéressé
par un module ou plusieurs modules ?**

Contactez-moi pour en parler

06 74 94 42 12

contact@optimisation-conversion.com



Formation – Module 1

Comprendre l'optimisation

Objectifs

- Comprendre l'optimisation de la conversion (CRO)
- Comprendre vos landing pages
- Persuader les visiteurs à passer à l'action

Programme

- **Planter le CRO décor**
 - Qu'est-ce qu'une Landing page ?
 - Les précieuses secondes d'attention
 - Soyez objectif, votre site n'est pas parfait
 - Les vrais experts de l'optimisation
 - Comprendre globalement le tunnel de conversion Marketing
 - Le mythe de la perfection
- **Comprendre vos landing pages**
 - Les types de Landing page
 - Quelles sont les parties vitales de votre site ?
 - Quel est votre business model ?
 - Les types de conversion
- **Persuader les visiteurs à passer à l'action**
 - Rôles
 - Taches
 - Le processus de prise de décision

Public

Dirigeant d'entreprise
Directeur et responsable marketing
Directeur et responsable e-commerce et/ou internet
Responsable stratégie internet
E-business manager
Responsable multimédia
Chef de projet Web
Web Designer
Webmaster

Prérequis

Connexion Internet, whiteboard ou paperboard + marqueurs noir/rouge/vert, mur blanc ou écran pour vidéo projection.

Durée

7 heures (de 9h30 à 12h30 – de 13h30 à 17h30)

Coût (HT)

1500 € / groupe de 7 participants maximum (tarif dégressif pour plusieurs modules)

Lieu

Intra-entreprise



Formation – Module 2

Identifier les opportunités d'optimisation

Objectif

Diagnostiquer les problèmes
Comprendre les visiteurs

Programme

- **Les 7 péchés capitaux des landing pages**
 - Call To Action pas clair
 - Trop de choix
 - Les distractions visuelles
 - Promesses non tenues
 - Trop de texte
 - Trop d'information demandée
 - Problèmes de confiance et de crédibilité
- **La boîte à outils du Ninja de la conversion**
 - Focus sur les problèmes
 - Rapport Web Analytics
 - Outils de visualisation des interactions
 - Feedback et enquête en ligne
 - Analyse de la performance du site Web
 - Tests utilisateur online
- **Incompréhension des visiteurs - Chercher les disparités psychologiques**
 - L'empathie : l'ingrédient clé.
 - Recherche de l'histoire complète
 - Démographie et segmentation
 - Bienvenue dans votre cerveau
 - Les styles cognitifs
 - Framework de la persuasion
 - Les différences culturelle

Public

Conversion Rate Optimizer
Directeur et responsable e-commerce et/ou internet
Responsable stratégie internet
E-business manager
Responsable multimédia
Chef de projet Web
Web Designer
Web Master

Prérequis

Connexion Internet, whiteboard ou paperboard + marqueurs noir/rouge/vert , mur blanc ou écran pour vidéo projection.

Durée

7 heures (de 9h30 à 12h30 – de 13h30 à 17h30)

Coût (HT)

1500 € / groupe de 7 participants maximum (tarif dégressif pour plusieurs modules)

Lieu

Intra-entreprise



Formation – Module 3

Optimiser l'expérience utilisateur

L'utilisabilité c'est la moindre des politesses

Objectif

- Corriger les problèmes
- Définir les éléments à tester

Programme

- **Les bases de l'optimisation de la conversion**
 - Vue d'ensemble de l'utilisabilité
 - Organisation visuelle
 - Ecrire pour le web
 - Contrôler l'utilisabilité
- **Les best Practices**
 - Pages d'accueil
 - Architecture de l'information et la navigation
 - Processus d'achat e-commerce
 - Enregistrement
 - Landing page standalone
 - Les sites Mobile
- **Stratégie de ce qu'il faut tester**
 - Comment penser les éléments de test
 - Sélectionner les éléments à tester
 - Test multipages
 - Les thématiques de test
 - Price testing

Public

Conversion Rate Optimizer
Directeur et responsable e-commerce et/ou internet
Responsable stratégie internet
E-business manager
Responsable multimédia
Chef de projet Web
Web Designer
Webmaster

Prérequis

Connexion Internet, whiteboard ou paperboard + marqueurs noir/rouge/vert , mur blanc ou écran pour vidéo projection.

Durée

7 heures (de 9h30 à 12h30 – de 13h30 à 17h30)

Coût (HT)

1500 € / groupe de 7 participants maximum (tarif dégressif pour plusieurs modules)

Lieu

Intra-entreprise



Formation – Module 4

Les techniques de tests

Objectif

Comprendre la puissance les limites du Split Testing.

Programme

- **Questions classiques autour des tests**
 - « Les mensonges, les gros mensonges et les statistiques »
 - Cours intensif en probabilités et statistiques
 - De quel niveau de confiance ai-je besoin ?
 - Ai-je fait mieux ?
 - De combien c'est mieux ?
 - Pendant combien de temps doit tourner mon test ?
- **Principaux problèmes pouvant être rencontré lors de test**
 - Mesurer et compter
 - Modification de l'audience
 - Modification technique
- **Méthodes de test**
 - Introduction à la terminologie de test
 - Vue d'ensemble des méthodes de test
 - Test A-B, A-Z
 - Tests Multivariés

Public

Conversion Rate Optimizer
Responsable stratégie internet
E-business manager
Responsable multimédia
Chef de projet Web
Webmaster
Développeur / Intégrateur

Prérequis

Connexion Internet, whiteboard ou paperboard + marqueurs noir/rouge/vert , mur blanc ou écran pour vidéo projection.

Durée

7 heures (de 9h30 à 12h30 – de 13h30 à 17h30)

Coût (HT)

1500 € / groupe de 7 participants maximum (tarif dégressif pour plusieurs modules)

Lieu

Intra-entreprise



Formation – Module 5

Organisation et planification

Objectif

Développer un plan d'action d'optimisation de la conversion

Programme

- **Formez votre équipe et obtenez l'adhésion**
 - La CRO team
 - Petite entreprise, grande entreprise
 - La politique d'optimisation de l'entreprise
 - Stratégies de mise en route
 - internaliser ou externaliser
- **Développer votre plan d'action**
 - Avant de commencer
 - Comprendre vos objectifs business
 - Quel est la lifetime value de vos conversions ?
 - Assembler votre CRO'team
 - Cibler votre landing page et les sources de trafic
 - Décider du succès
 - Identifier les problèmes et décider de ce qu'il faut tester
 - Sélectionner la méthode d'optimisation appropriée
 - Implémenter, conduite QA
 - Collecte des données
 - Analyser les résultats et vérifier l'amélioration.
- **Eviter les pièges**
 - Ignorer les fondamentaux
 - Collecte de données insuffisante
 - Pas de prise en compte des effets de saisonnalité
 - Pas de prise en compte des conversions tardives
 - Être paralysé par les considérations des moteurs de recherche
 - Ne pas avoir agi

Public

Conversion Rate Optimizer
Dirigeant d'entreprise
Directeur et responsable marketing
Directeur et responsable e-commerce et/ou internet
Responsable stratégie internet
E-business manager
Responsable multimédia

Prérequis

Connexion Internet, whiteboard ou paperboard + marqueurs noir/rouge/vert ,
mur blanc ou écran pour vidéo projection.

Durée

7 heures (de 9h30 à 12h30 – de 13h30 à 17h30)

Coût (HT)

1500 € / groupe de 7 participants maximum (tarif dégressif pour plusieurs modules)

Lieu

Intra-entreprise



**Si vous êtes intéressé
par un module ou plusieurs
modules ?**

Contactez-moi pour en parler

06 74 94 42 12

contact@optimisation-conversion.com



Optimisation-Conversion.com

Transformer les clics en clients !

Franck Scandolera

CRO Consultant

+33 (0) 9 54 09 48 54 / +33 (0) 6 74 94 42 12

contact@optimisation-conversion.com

93 rue des Martyrs 75018 Paris