



Gestion commerciale

☐ Utiliser et animer ses réseaux sociaux.



Facebook, Twitter, LinkedIn... Les réseaux sociaux, initialement créés pour favoriser les échanges entre individus, sont aujourd'hui des outils de communication incontournables des entreprises.

La communication n'est plus à sens unique. Les internautes interagissent avec votre commerce et l'interpellent.

Les bénéfices d'une présence sur les réseaux sociaux sont multiples : il peut s'agir de faire connaître vos produits et services, écouter les besoins de vos clients, interagir avec eux en répondant à leurs questions, vendre vos produits, et même recruter des salariés. Préalablement à toute présence sur les réseaux sociaux, il est nécessaire de définir la ligne éditoriale de votre communication et de s'interroger sur ce que cela peut apporter aux internautes et à votre cible clients.

Avec plus de 10 millions de Français possédant un compte Facebook, votre présence sur les réseaux sociaux est plus que jamais d'actualité !

☐ Vendre en ligne ses produits.



La vente en ligne ou e-commerce consiste à utiliser un média électronique, essentiellement internet, afin de vendre des produits ou des services.

La vente en ligne est un moyen d'accroître votre chiffre d'affaires en développant votre activité sur des marchés, jusque-là inaccessibles avec votre magasin physique. La mise en place d'une plateforme de vente en ligne nécessite la maîtrise de certains paramètres tels que la gestion des commandes, des stocks, des modes de livraisons,...

Différentes solutions sont proposées pour s'adapter à tous les budgets : site marchand propre à l'entreprise ou Marketplace (Place de marché).