



PLAN DE FORMATION

FORMATION BACHELOR CHEF DE PROJET E-COMMERCE

Pour la plupart des entreprises il est devenu incontournable de communiquer et de vendre en s'appuyant sur le web. Ces entreprises recherchent des experts capables de transformer de simples outils numériques en véritable levier de croissance. Choisissez un métier créatif passionnant qui vous plongera au coeur de la stratégie de l'entreprise.

DURÉE

525 heures de cours
1 218 heures de période en
entreprise

CERTIFICATION

Certification professionnelle RNCP
Niveau 6 – **CHEF DE PROJET
E-COMMERCE**

MODALITÉS

30% en présentiel
70% en téléprésentiel

MÉTIERS / DÉBOUCHÉS

Chef de projet e-commerce
Chef de produits Web
Chargé des relations avec les
internauts
Trafic Manager, Responsable
d'audience
Web Marketeur

QU'ALLEZ-VOUS APPRENDRE PENDANT LA FORMATION BACHELOR CHEF DE PROJET E-COMMERCE ?

Rejoignez notre formation Bachelor en Chef de Projet E-commerce option Marketplace pour devenir un professionnel de la vente en ligne, que ce soit sur un site e-commerce ou sur une place de marché. Vous apprendrez à concevoir et gérer des projets e-commerce, à élaborer des stratégies marketing pour maximiser les ventes et à gérer les relations avec les fournisseurs et les clients.

LE PROGRAMME DE LA FORMATION BACHELOR CHEF DE PROJET E-COMMERCE

Objectifs

- 👉 Développer une stratégie webmarketing
 - Planifier la stratégie
 - Évaluer la performance de la politique de commercialisation
 - Savoir établir un budget prévisionnel
 - Animer les réseaux de relais d'information
 - Mener, argumenter un échange commercial
 - Améliorer la notoriété de la marque et/ou des produits
- 👉 Mettre en avant des produits

Pré-requis

Pour entrer en formation, les candidats doivent avoir validé au choix :

- Un niveau Bac+2 ou titre de niveau 5 reconnu par l'État ou 120 crédits (lié au marketing, au commerce ou à la communication)
- Un niveau 4 (équivalent Bac) + 3 années d'expérience en marketing
- Un niveau 6 (équivalent Bac+3) dans une autre filière (accès double diplomation).

Programme

Séquence 1 : Développer la stratégie Webmarketing (70 heures)

L'objectif de cette séquence est de vous offrir une méthodologie complète pour définir une stratégie webmarketing dans le cadre du e-commerce, planifier les actions de communication, établir des partenariats stratégiques et mesurer la performance de la stratégie et des actions.

Vous allez dans un premier temps apprendre à définir la politique de commercialisation, élaborer une stratégie webmarketing et un plan de mise en œuvre de cette stratégie. Vous allez pour cela vous appuyer sur la veille, l'analyse de l'existant, l'analyse du comportement du consommateur et des études de marché.

Un focus particulier sera fait sur la stratégie de communication et le plan de communication associé.

Vous travaillez sur la mise en place d'alliances stratégiques pour du co-développement, du co-branding et de la co-communication.

Enfin vous apprendrez à définir un budget prévisionnel et vos indicateurs clés de performance pour évaluer la performance de la politique de commercialisation.

Séquence 2 : Animer des communautés et des ventes en ligne (140 heures)

L'objectif de cette séquence est d'apprendre à "faire vivre" la stratégie webmarketing défini dans la première séquence.

Ainsi vous allez élaborer et mettre en œuvre des campagnes de promotion (Google Ads, Publicité sur les réseaux sociaux, emailing, newsletter).

Vous allez animer les réseaux de relais d'information (revendeurs, blogueurs, agences de presse, comparateurs, réseaux locaux) et les présences de l'entreprise sur les médias sociaux (Community Management).

Un focus particulier sera fait sur le site e-commerce. Comment animer les ventes ? Comment mettre en avant les produits avec le web merchandising ? Vous apprendrez à utiliser un CMS e-commerce (fiches produits, commandes, module de paiement, etc.) et un gestionnaire de flux (utile notamment pour la mise à jour des places de marché). Enfin vous serez en mesure de recommander et gérer le déploiement de programmes de fidélisation des clients internautes.

Séquence 3 : Optimiser le référencement du site e-commerce (35 heures)

L'objectif de cette séquence est de se concentrer sur l'optimisation du référencement du site e-commerce dans les moteurs de recherche et des fiches produits dans les marketplaces.

Vous allez donc apprendre à définir une stratégie de référencement naturel en vous appuyant sur l'analyse de la concurrence, des SERPs ('search engine results page') et du site existant.

Vous allez construire une matrice de mots clés adaptée à la stratégie et établir les actions prioritaires à mettre en place pour améliorer le référencement "on site". Vous travaillerez également l'optimisation "off site" en passant par la gestion et la recherche de nouveaux backlinks.

Enfin vous allez utiliser des outils de suivi du référencement (Semrush, Google search console, etc.) et créer des tableaux de bord après avoir déterminé vos indicateurs de performance (KPI).

Séquence 4 : Produire des contenus pour le web (105 heures)

L'objectif de cette séquence est de vous permettre de maîtriser la production de contenus pour le web.

C'est-à-dire que vous allez pratiquer :

La rédaction (articles de blog, fiches produits, etc.), en respectant les bonnes pratiques (SEO, lecture web, etc.) et les techniques du Copywriting.

La création de contenus graphiques adaptés au web (vidéos, photos, illustrations).

Pour cela nous nous appuyons sur la creative suite (Photoshop, etc.).

Nous ne manquerons pas d'explorer l'usage des IA dans la production de contenus.

Séquence 5 : Piloter un projet e-commerce (140 heures)

Dans cette séquence, vous prenez la main sur la création de votre site e-commerce du début à la fin.

C'est-à-dire que vous allez pratiquer :

L'idéation autour d'un projet e-commerce : recherche de produit et de tendances,

La travail autour de l'UI/UX

La rédaction d'un cahier des charges et la collecte de données techniques pour répondre aux attentes des visiteurs

L'installation et l'intégration de votre maquette

Nous ne manquerons pas d'explorer l'usage des IA dans la production de contenus.

Validation Titre professionnel (35 heures)

Travail personnel : entre 30 et 50 heures

Comment valider votre titre professionnel "Chef(e) de projet e-commerce" ?

Un jury de formateurs et de professionnels du webmarketing sera chargé d'évaluer votre maîtrise des compétences associées au titre délivré.

Pour ce faire, le Jury s'appuiera sur :

Le dossier projet : synthèse de l'ensemble de vos travaux réalisés durant la formation dans le cadre de votre période en entreprise.

Une soutenance orale : présentation orale du travail réalisé dans le cadre du dossier projet. Celui-ci se compose de 20 minutes de présentation et de 20 minutes de questions / réponses avec le jury.

Les compétences qui seront évaluées sont visibles dans la fiche du Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36743/>

Une préparation à la certification est-elle prévue ?

Oui ! Une semaine est entièrement consacrée à la préparation de votre passage de l'examen du titre. Vous aurez notamment la possibilité de passer une soutenance orale blanche.

Titre professionnel

La certification professionnelle est découpée en cinq grands blocs de compétences.

Bloc 1 : Développer la stratégie Webmarketing

Bloc 2 : Animer des communautés et des ventes en ligne

Bloc 3 : Optimiser le référencement du site e-commerce

Bloc 4 : Produire des contenus pour le web

Bloc 5 : Piloter un projet e-commerce

Modalités d'évaluation : Fourniture d'un dossier rapport.

La soutenance s'opère sur le mode d'une situation professionnelle dans laquelle le candidat doit convaincre de la pertinence et de la viabilité de ses

recommandations sur les livrables correspondants aux compétences à valider.

Après une présentation orale de 20 minutes, le candidat / la candidate s'entretient pendant 20 minutes avec le jury de certification.

Cas pratique Les études de cas sont basées sur des situations professionnelles réelles. A partir du contexte décrit, le candidat / la candidate doit produire des livrables.

Retrouvez tout le détail de la certification professionnelle sur le site de France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36743/>

Organisation

Notre équipe

Un formateur référent, des experts métiers (internes ou externes) et des fonctions supports disponibles sur demande.

- Tout au long du parcours, nos apprenants sont suivis par un **formateur référent**.
- L'équipe du CEFIM fait appel à des **professionnels expérimentés** qui ont une expérience du métier en entreprise
- **Notre service emploi** vient en appuie sur des séquences planifiées tout au long de la formation dans le cadre d'ateliers dirigés sur des besoins identifiés en amont.

Le service emploi intervient aussi sur demande des apprenants pour un accompagnement précis et individualisé.

- **Le pôle administratif** est à disposition des apprenants pour encadrer le bon déroulement de la formation
- **le pôle développement** met en relation tout au long de la formation et plus précisément lors d'un job dating les apprenants avec des entreprises recruteuses

L'ensemble de ces acteurs sont mobilisables par messagerie instantanée pour répondre et accompagner les apprenants tout au long de leur parcours.

Moyens pédagogiques et techniques

Équipements pédagogiques

En présentiel

- un ordinateur portable récent fourni à chaque étudiant avec le pack de base des logiciels nécessaires à la formation (l'ordinateur est prêté à l'étudiant du début à la fin, il peut l'utiliser à son domicile également)
- Un vidéoprojecteur fixe HD ou un écran TV grand format installé dans chaque salle de formation
- Une connexion internet très haut débit dans toutes les salles de formation

En distanciel

- accès à une plateforme de visioconférence de haute qualité 24h/24h (Zoom)

Pour les deux

- accès à notre plateforme de messagerie instantanée tout au long de la formation pour interpeller les différents acteurs et encourager les échanges dans les groupes

Moyens pédagogiques

- travaux dirigés après chaque phase de cours : explications et démonstrations par le formateur et exécutés ensuite par les stagiaires
- travaux pratiques pour que le stagiaire apprenne à appliquer seul ce qu'il a appris et cherche par lui-même.
- nos équipes privilégient les séquences de formation qui permettent aussi de mobiliser des compétences transversales au cours de l'apprentissage, à titre d'exemple :
 - travail de groupe (projet)

- pair programming
- wrap up (revue par les pairs)
- les présentations orales
- des activités réflexives sur ses apprentissages

Supports pédagogiques

- Le LMS de l'école est accessible du début jusqu'à la fin de la formation et même encore après la formation : <https://campus.cefim.eu>
- toutes les ressources présentées pendant les cours sont accessibles sur cette plateforme, de même que les liens vers toutes les ressources pertinentes vues ou exploitées au cours de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution et de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Bilans hebdomadaires
- Formulaire d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation