

Responsable E-business / Responsable E-marketing

RNCP19544 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	E1401, E1103, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	09/08/2017

Certificateur(s)

Institut Léonard de Vinci

<http://www.ilv.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable e-business définit la stratégie marketing et commerciale associée au commerce électronique en cohérence avec la stratégie globale et multi-canal de l'enseigne. Il encadre les équipes, pilote les projets, coordonne les activités afin d'atteindre les objectifs commerciaux fixés par la direction.

Les activités réalisées par le responsable e-business sont essentiellement de deux ordres :

- Pilotage d'un site internet (prestations internes)
- Organisation d'un site e-commerce d'une entreprise (prestations externes)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

- Piloter des opérations marketing d'un site internet en concevant des actions parmi les 7 à 8 leviers existants, en simulant les performances et le taux de transformation du site et en coordonnant les intervenants internes et externes.
- Piloter le contenu d'un site web en coordonnant l'action des directeurs artistiques et des développeurs chargés de la conception ou de la réalisation des pages web, et en veillant à sa mise à jour régulière.
- Réaliser le bilan des actions de communication grâce à des outils d'analyse (tableaux de bord, statistiques, etc.) pour veiller à la progression des parts de marché. Organiser l'activité commerciale d'une entreprise de e-commerce en élaborant le cahier des charges lors du lancement de produits ou de campagnes promotionnelles déterminant les résultats attendus par ligne de produit, mettant en place les outils d'analyse nécessaires et coordonnant les différents intervenants (webmaster, directeurs de projets)
- Elaborer un plan media web en collectant les informations sur un produit ou une marque, planifiant et négociant les conditions d'achat d'insertions et d'espaces publicitaires avec les fournisseurs en détaillant leurs tarifs, périodicité, durées et passages.
- Piloter et gérer la mise en ligne des campagnes en contrôlant la conformité de la diffusion des annonces et de leur insertion et en coordonnant l'action des différents intervenants.
- Mettre en œuvre le référencement de la marque ou du produit en mixant l'achat de mots clés préalablement déterminés et le référencement naturel.
- Diriger un projet de site internet de la conception au lancement en procédant au choix de réalisation, de traitement en interne ou par sous-traitance, en veillant au respect du budget et en contrôlant la conformité de la réalisation.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Cet emploi/métier s'exerce au sein :

- d'entreprises industrielles, commerciales ou de sociétés de services, en relation avec différents services et intervenants (production, marketing, études, clients grands comptes, fournisseurs, ...)
- d'entreprises de vente à distance
- d'enseignes spécialisées pure players ou non.
- de cabinets de conseil en communication,
- d'agences de publicité

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur e-commerce / e-marketing
- Responsable e-business / e-marketing
- Responsable de la communication interactive
- Chef de projet internet - intranet
 - Chef de groupe en agence de publicité
 - Chef de groupe publicité
 - Chef de projet publicitaire
- · Chef de publicité
- · Chef de publicité d'agence
- · Chef de publicité junior
- · Chef de publicité senior
- · Directeur / Directrice de clientèle d'agence de publicité
- · Responsable de projet publicitaire
- Consultant (marketing performance, e-mailing, CRM, ...)

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 001 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Président : représentant de la Chaire Etudes et Stratégies marketing du CNAM,

- Président d'une agence de communication et e commerce
- Directeur marketing et communication B to B, Microsoft,
- Directeur du MBA spécialité MCI

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 09/08/2017

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP28710

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.ilv.fr

<http://www.ilv.fr/formations/digital/mba-specialises-digital/formation-marketing-commerce-sur-internet/>

www.ilv.fr

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/19544/>