

E-commerce

RS2328 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34530
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

PEDAGOGIE DU MANAGEMENT · SIRET : 71201036200028

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Construire une stratégie de commerce connecté avec le parcours d'achat du client, mettre en œuvre et adapter en permanence les outils associés, dans une optique cross-canal. En charge d'une activité e-commerce vous serez capable d'exploiter la complémentarité des canaux digitaux et d'être partie prenante dans les interactions entre points de vente physiques et digitaux.

Les objectifs de cette certification sont les suivants :

Construire une stratégie e-commerce en intégrant tous les canaux digitaux

Piloter le déploiement opérationnel d'un projet e-commerce

Favoriser la visibilité, le trafic, la conversion et la fidélité

Exploiter la complémentarité des canaux physiques et digitaux

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences qui constituent la certification :

1. Analyser l'évolution des comportements et les enjeux du e-commerce
 2. Définir un modèle économique adapté à sa cible, son offre et ses objectifs
 3. Bâtir un business plan et déterminer des indicateurs de suivi en fonction de ses objectifs
 4. Maîtriser les étapes de la mise en place d'une stratégie e-commerce
 5. Piloter la phase opérationnelle du projet e-commerce
 6. Gérer contraintes logistiques et techniques liées au commerce connecté
 7. Construire des interfaces ergonomiques et optimisées pour favoriser l'achat et la fidélité (UX)
 8. Analyser et optimiser le parcours d'achat en ligne pour faciliter le processus d'achat
 9. Piloter et exploiter les outils de génération de trafic
 10. Elaborer un parcours client personnalisé et fluide dans une logique omnicanale
 11. Développer les passerelles entre canaux de vente physique et canaux digitaux pour améliorer le parcours client
 12. Intégrer le m-commerce et le social commerce dans sa stratégie de vente globale
 13. Piloter et ajuster en permanence l'efficacité de son dispositif e-commerce
- Elaborer une stratégie e-commerce
1. Analyser l'évolution des comportements et les enjeux du e-commerce
 2. Définir un modèle économique adapté à sa cible, son offre et ses objectifs
 3. Bâtir un business plan et déterminer des indicateurs de suivi en fonction de ses objectifs
 4. Maîtriser les étapes de la mise en place d'une stratégie e-commerce
- Déployer un dispositif e-commerce performant
5. Piloter la phase opérationnelle du projet e-commerce
 6. Gérer contraintes logistiques et techniques liées au commerce connecté
 7. Construire des interfaces ergonomiques et optimisées pour favoriser l'achat et la fidélité (UX)

8. Analyser et optimiser le parcours d'achat en ligne pour faciliter le processus d'achat
 9. Piloter et exploiter les outils de génération de trafic
- Optimiser l'expérience client et maximiser les ventes
10. Elaborer un parcours client personnalisé et fluide dans une logique omnicanale
 11. Développer les passerelles entre canaux de vente physique et canaux digitaux pour améliorer le parcours client
 12. Intégrer le m-commerce et le social commerce dans sa stratégie de vente globale
 13. Piloter et ajuster en permanence l'efficacité de son dispositif e-commerce

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Connaissance des bases du web et de la démarche marketing

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.ism.fr/formation/parcours-certifiant-responsable-e-commerce.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/2328/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	359
Montant total engagé	444 840 €
Coût moyen par dossier	1 239 €
Durée moyenne	30 h
Période	01/2020 – 12/2021
France compétences	95 %
État	2 %
Reste à charge titulaire	2 %
France Travail	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.