



FORMATION PROFESSIONNALISANTE D'ADAPTATION

E-COMMERCE COMMUNICATION

Formation financée par Pôle Emploi
Marché AFC 2019
« Métiers du numérique »

Référentes de l'action :



Nord : a.zitte@ifr-reunion.re
Ouest : s.marmion@ifr-reunion.re
Sud : a.severin@ifr-reunion.re

📞 0262 200 392

DÉFINITION DE L'EMPLOI TYPE & DES CONDITIONS D'EXERCICES

Le (la) responsable e-commerce occupe une fonction déterminante dans l'entreprise.

Il (elle) met en place la stratégie internet en concertation avec la direction commerciale.

Le (la) responsable e-commerce peut être amené à exercer des responsabilités d'encadrement d'équipes commerciales ou prendre en charge des projets de développement de boutiques en ligne.

Le métier d'e-commerçant ne s'invente pas.

Il s'agit d'une profession qui s'apprend, surtout compte tenu des multiples compétences qu'elle nécessite.

En effet, un marchand en ligne doit maîtriser le développement web et la gestion de son site, la rédaction de son contenu, l'acquisition de trafic, le référencement payant, le service-client, la logistique, la communication, le marketing digital, le management de l'e-réputation et, bien entendu, le commerce.

Il s'agit, au final, d'un mix de tous les métiers du web !



👤 PRÉREQUIS

- Projet professionnel en lien avec les compétences
- A l'aise sur l'informatique
- Passion pour le numérique
- Être créatif, curieux

📖 LIEU DE FORMATION

St Pierre - Le Port - Ste Marie
& FOAD (e-learning)

🕒 DURÉE

472 H (3,5 mois)

Taux de satisfaction 2020: 84 %

Taux d'insertion et de poursuite
d'études 2020 : 77 %

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Un travail sur les Soft Skills est fondamental pour mieux se découvrir et optimiser son insertion professionnelle.

La variété des méthodes pédagogiques au service de l'apprentissage.

Modes actives, interrogatives, expérimentales, affirmatives (expositive-démonstrative).

La pédagogie différenciée de nos formateurs vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires à votre projet.

**En cas de confinement, la formation se déroulera à distance grâce à notre plateforme e-learning « TalentLMS » mais aussi aux différents outils qu'utiliseront les formateurs (Skype, Discord, Zoom, Google drive...)*

Accessibilité

Locaux entièrement climatisés et accessibles aux personnes à mobilité réduite (ascenseur, rampes d'accès, toilettes normes TH, etc...).

Matériels d'auxiliaires pédagogiques :

Mobilier de formation et plateaux techniques adaptés à la formation préparée, tableaux blancs, vidéoprojecteurs, ventilateurs plafonniers etc...

OBJECTIFS : APTITUDES & COMPÉTENCES

MODULE 1 : CONNAÎTRE LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DU E-COMMERCE ET OMNI CANAL (30H)

La rentabilité d'un site e-commerce : les "metrics" incontournables
Modélisation et business plan d'un site e-commerce (NPS, ...)
Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs : KPI et ROI

MODULE 2 : ADOPTER LES FONCTIONNALITÉS DES SITES E-COMMERCE (60H)

Enjeux de la logistique : approvisionnement, stockage, livraison
Solutions de paiement en ligne et sécurisation des transactions
Les aspects juridiques et impact de la nouvelle réglementation RGPD

MODULE 3 : CONCEVOIR GRAPHIQUEMENT UN SITE E-COMMERCE (30H)

Réaliser un brief technique et graphique : Zoning, Ux design
S'initier aux outils et méthodes de référencement : SEO, SAO
Maîtriser les outils graphiques : CMS

MODULE 4 : ZOOM SUR LES TECHNIQUES GRAPHIQUES ET LOGICIELS PAO (45H)

Focus Photoshop, Gimp
S'initier à la réalisation des illustrations, des graphismes et des visuels
S'initier à la réalisation des maquettes et des interfaces

MODULE 5 : METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION D'UN SITE E-COMMERCE (88H)

Créer et diffuser du contenu : média planning, plan de communication
Utiliser push produit, up-selling, cross-selling et inbound marketing
Favoriser la conversion et la fidélisation
Actionner les leviers pour générer du trafic (SEO, display, partenariats)

MODULE 6 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE D'EMAILING (30H)

Savoir définir sa stratégie d'e-mailing et concevoir un e-mail responsif
Savoir mesurer sa campagne e-mailing

MODULE 7 : DÉPLOYER LE MOBILE-COMMERCE (M-COMMERCE) SUR SMARTPHONES ET TABLETTES (43H)

Infrastructure du m-commerce : les spécificités
Commerce sur smartphones, tablettes et objets connectés : enjeux, évolution et leviers de performance
Générer du trafic en point de vente via le mobile



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Prédictives : avant l'entrée en formation, un test de Positionnement permettra de cibler les niveaux individuels des apprenants afin d'adapter les parcours au besoin de chacun.

Diagnostiques : Evaluation à chaque début de module

Formatives : Evaluations continues tout au long de la formation. Permet de réguler les apprentissages.

Sommatives : à la fin de chaque module, une évaluation finale permettra de sanctionner le niveau de compétences acquises du candidat.

Attestation des compétences acquises