

Responsable de magasin
en commerces de gros

Chef de projet et gestionnaire du commerce électronique

Commercial(e) itinérant(e)
en commerces de gros

Acheteur(euse) - Vendeur(euse)
en produits frais

Vendeur(euse) sur site
en commerces de gros

Télévendeur(euse)
en commerces de gros



Fiche métier

Chef de projet et gestionnaire du commerce électronique

Définition

Les chefs de projet commerce électronique sont chargés de **concevoir**, d'organiser le **développement** et de **gérer** l'outil de **vente de produits en ligne** au travers de la mise en place ou de l'adaptation d'une solution de **commerce électronique** pour les clients de l'entreprise. Ils assurent également les opérations nécessaires à son évolution, en fonction des besoins de l'entreprise.

Autres appellations

- > Responsable stratégie internet
- > Responsable du commerce électronique

Fiches ROME

- > M 1801 Administration de systèmes d'information
- > M 1805 Études et développement informatique
- > E 1101 Animation de site multimédia

Conditions d'exercice du métier

Dans les locaux de l'entreprise essentiellement, des déplacements étant possibles en fonction des besoins de l'activité.

Activités professionnelles

- > Réalisation d'études en vue d'analyser les besoins de l'entreprise
- > Réalisation d'études en vue d'évaluer les résultats obtenus par les solutions e-commerce
- > Rédaction de cahiers des charges pour la mise en place ou l'évolution de solutions e-commerce
- > Sélection de prestataires
- > Conduite de projet
- > Mise en place de plans d'actions accompagnant le lancement des nouvelles solutions e-commerce
- > Administration et mise à jour des outils de e-commerce



COMMERCE

Responsable de magasin
en commerces de gros

Chef de projet et gestionnaire
du commerce électronique

Commercial(e) itinérant(e)
en commerces de gros

Acheteur(euse) -Vendeur(euse)
en produits frais

Vendeur(euse) sur site
en commerces de gros

Télévendeur(euse)
en commerces de gros

Compétences

Analyser les besoins de l'entreprise et concevoir une stratégie et un projet de commerce électronique en lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise

- > Identifier et analyser les informations clefs sur les clients, leurs habitudes et comportements d'achat, le chiffre d'affaires et le potentiel d'achat, disponibles au sein de l'entreprise
- > Réaliser une veille sur les évolutions technologiques en matière de commerce électronique
- > Analyser les besoins des clients et leur positionnement vis-à-vis de la mise en place d'un outil de commerce électronique en utilisant des méthodes adaptées
- > Concevoir une proposition de stratégie de commerce électronique tenant compte des différents canaux de vente utilisés au sein de l'entreprise
- > Évaluer la contribution potentielle de l'outil de commerce électronique aux ventes, dans le respect de la stratégie marketing et commerciale associée au commerce électronique au sein de l'entreprise
- > Apprécier la faisabilité technique et économique de mettre en place un outil de e-commerce en faisant appel à des sources internes et externes
- > Déterminer les fonctions de l'outil de commerce électronique et valider leur choix avec les interlocuteurs compétents au sein de l'entreprise en tenant compte des technologies disponibles
- > Identifier la ou les solutions de e-commerce les plus pertinentes pour l'entreprise en tenant compte des clients, des fonctionnalités et interfaces techniques à mettre en œuvre, des coûts liés au développement, à l'hébergement et à la mise à jour de l'outil et des ressources humaines disponibles

Conduire un appel d'offres et sélectionner un prestataire correspondant aux besoins du projet

- > Rédiger un cahier des charges fonctionnel présentant les caractéristiques du projet en utilisant le vocabulaire technique adapté
- > Identifier différents prestataires susceptibles de procéder au développement de l'outil
- > Évaluer les réponses à l'appel d'offres en tenant compte des besoins identifiés et du budget disponible
- > Sélectionner le ou les prestataires les plus pertinents pour mettre en œuvre tout ou partie du projet
- > Conduire la démarche de contractualisation avec le ou les prestataire(s) sélectionné(s) en collaboration avec les services compétents au sein de l'entreprise

Conduire le projet de développement de l'outil de commerce électronique au sein de l'entreprise et sa maintenance

- > Identifier les interlocuteurs à associer au projet au sein de l'entreprise et à l'extérieur de l'entreprise
- > Identifier et transmettre au sein de l'équipe projet l'ensemble des informations nécessaires pour développer le projet de commerce électronique : offre de produits, de services, périmètre commercial de l'offre disponible en commerce électronique, informations accompagnant les références du catalogue,...
- > Réaliser en lien avec le ou les prestataire(s) et les interlocuteurs concernés les choix techniques et méthodologiques les mieux adaptés aux besoins de l'entreprise : format du catalogue, format des flux d'informations, protocoles de communication,...

COMMERCE

- > Mettre en œuvre à chaque étape clef du projet les démarches permettant de valider les choix effectués
- > Identifier les impacts de la mise en place de l'outil de commerce électronique et de ses évolutions ultérieures sur les différents services de l'entreprise (coûts, flux d'informations et documents générés, conséquences sur les plans logistique, technique, organisationnel,...)
- > Évaluer en fin de projet l'adéquation entre la maquette d'outil de commerce électronique et le contenu du cahier des charges et identifier les actions correctives à conduire
- > Organiser le test de la maquette avec un panel d'entreprises et identifier les améliorations à apporter à l'outil
- > Réaliser la recette de l'outil de commerce électronique en formulant l'ensemble des réserves nécessaires
- > Contrôler et évaluer les résultats des actions correctives et opérations de maintenance effectuées sur le site par le ou les prestataire(s) en veillant au respect des engagements contractuels
- > Identifier et mettre en œuvre les actions permettant d'améliorer la prestation offerte à l'entreprise : suivi du respect des engagements, rupture de contrat, recherche de nouveaux prestataires,...
- > Gérer les budgets de développement, de maintenance et d'hébergement du site

Communiquer sur l'outil de commerce électronique à chaque étape du projet et développer son utilisation

- > Communiquer au sein de l'entreprise au cours de la phase de développement de l'outil
- > Concevoir différentes actions permettant de présenter et de promouvoir l'outil
- > Définir et assurer la mise en place des actions favorisant l'utilisation de l'outil par les clients : incitations diverses, offres réservées à l'outil de commerce électronique, informations exclusives, statut spécifique aux commandes passées en ligne,...
- > Concevoir et mettre en place des outils de démonstration à l'usage des clients : espace spécifique, plaquettes de présentation,...
- > Transmettre aux services concernés au sein de l'entreprise les informations et savoir-faire nécessaires pour leur permettre de maîtriser le fonctionnement de l'outil et d'assurer sa promotion
- > Concevoir et mettre en œuvre les actions permettant de favoriser l'intégration de l'outil de commerce électronique aux pratiques de l'entreprise
- > Communiquer sur les résultats obtenus (évolution des ventes réalisées au travers de l'outil,...)
- > Communiquer au sein de l'équipe commerciale sur les pratiques des clients vis-à-vis de l'outil de commerce électronique et identifier les actions à conduire pour développer son utilisation

Animer l'outil de commerce électronique

- > Réaliser la mise à jour des informations figurant sur l'outil de commerce électronique : suppression des informations inutiles, mise à jour des tarifs, offres, promotions, actualités,...
- > Concevoir et mettre en œuvre différentes actions permettant de développer la présence de l'entreprise sur le web en utilisant l'ensemble des outils disponibles (réseaux sociaux, référencement, présence sur les places de marché,...)
- > Identifier la contribution de l'outil de commerce électronique aux projets transversaux de l'entreprise et communiquer en direction des différents services en vue de mettre en œuvre des actions multi-canaux
- > Organiser la maintenance de l'outil de commerce électronique en cherchant à minimiser son impact sur les clients
- > Identifier les dysfonctionnements du site et les actions correctives et améliorations à mettre en œuvre

Responsable de magasin
en commerces de gros

**Chef de projet et gestionnaire
du commerce électronique**

Commercial(e) itinérant(e)
en commerces de gros

Acheteur(euse) - Vendeur(euse)
en produits frais

Vendeur(euse) sur site
en commerces de gros

Télévendeur(euse)
en commerces de gros

Évaluer les résultats de la stratégie de commerce électronique

- > Analyser la fréquentation du site de commerce électronique ou de l'utilisation du système d'Échange de Données Informatisées
- > Définir et mettre en place des indicateurs permettant de mesurer les impacts de la mise en place de l'outil de commerce électronique
- > Recueillir et analyser les informations permettant de mesurer les impacts de l'outil et la satisfaction des clients
- > Apprécier l'évolution des comportements d'achat des clients en lien avec l'utilisation de l'outil de commerce électronique
- > Identifier les écarts entre les résultats et le prévisionnel et proposer des actions correctives

Accès au métier

Pré requis

- > Expérience et compétences dans les domaines du commerce, du marketing, des techniques web voire des achats

Parcours possibles

- > École de commerce
- > Master en marketing ou commerce (certains masters sont spécialisés dans le e-commerce)
- > École d'ingénieurs (informatique, électronique, multimédia)

Domaines de connaissance

Commerce / marketing

- > Techniques de marketing
- > Stratégie commerciale
- > Techniques de commercialisation
- > Relation client multi-canal

Gestion économique

- > Gestion budgétaire
- > Techniques de reporting
- > Analyse financière

Management / communication

- > Techniques d'animation d'équipe
- > Techniques de conduite de projet
- > Techniques d'animation d'un site web

Connaissances techniques

- > Solutions techniques pour le e-business
- > Sécurisation des données lors des transactions commerciales
- > Techniques de référencement
- > Techniques de veille technologique et commerciale

COMMERCE



Outils bureautiques et informatiques

- > Logiciels de traitement de texte, tableurs
- > Internet (connaissances approfondies)
- > Messagerie électronique
- > Bases de données

Législation / Réglementation

- > Législation et réglementation associées au secteur d'activités de l'entreprise
- > Réglementation des bases de données
- > Droit commercial

Organisation

- > Techniques de gestion du temps
- > Méthodes et outils du travail en équipe

D'un métier à l'autre ...

Les chefs de projet en commerce électronique peuvent évoluer vers différents métiers de la famille commerciale : directeur commercial, directeur marketing... Ils peuvent aussi développer une activité de conseil en direction des entreprises (stratégie e-business).

Un métier en mouvement¹

Les chefs de projet en commerce électronique sont soumis aux **fortes évolutions** liées au développement des technologies de l'information et des pratiques en matière de e-commerce. La **rapidité** à laquelle interviennent ces évolutions nécessite et nécessitera à l'avenir une forte **capacité d'adaptation** et des compétences en matière de **veille**.

Les entreprises de négoce étant parmi les plus engagées sur la voie du commerce électronique, ils/elles devront concevoir différentes solutions permettant de suivre les évolutions des techniques de **marketing direct**, avec une **combinaison de différents outils** de contact client : EDI, appels téléphoniques, SMS, messages électroniques, télécopies, site internet, utilisation des réseaux sociaux,... Ces évolutions **complexifient** considérablement la **gestion de la relation clients** au sein des entreprises, nécessitant une forte collaboration entre les différents services de l'entreprise.

Même si les volumes d'affaires dans le négoce sont aujourd'hui essentiellement générés par l'EDI (échange de données informatisées), il est très probable, sous l'effet de la généralisation du multicanal au sein des entreprises de commerce, que les organisations dédiées au e-commerce se développent au sein des entreprises et que les profils se spécialisent.

¹ D'après les résultats du Contrat d'Études Prospectives réalisé en 2011 et apec.fr (annuaire des métiers)