



FICHES MÉTIERS

Chef(fe) de projet e-commerce

BRANCHE DES COMMERCES DE GROS

IDCC 0573



Commercialisation – Marketing & e-commerce



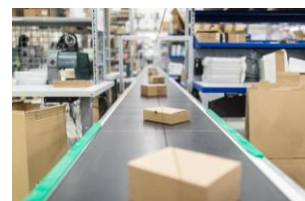
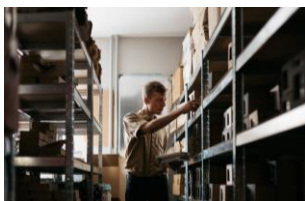
Métier porteur

Cette fiche métier présente un large éventail des missions susceptibles d'être exercées par le titulaire du poste, ainsi que les compétences associées dans les entreprises des commerces de gros (CCN 3044). Elle est réservée à un usage d'information sur le métier et ne peut en aucun cas être utilisée comme fiche emploi repère dans le cadre de la classification de la branche.



Édition
2025

BSERVATOIRE
AKTO



Informations générales

Finalité du métier :

Le / la chef(fe) de projet e-commerce est chargé(e) 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. Il / elle assure également les opérations nécessaires à l'évolution de cet outil de vente en ligne, en fonction des besoins de l'entreprise.

Il / elle est chargé(e) de / d' :

- Suivre les ventes en ligne, assurer le service après-vente
- Améliorer les fonctionnalités
- Optimiser l'ergonomie et le parcours client
- Faire de la veille technologique
- Analyser des indicateurs de performance



Branche :

Commerces de gros



Domaine professionnel :

Commercialisation – Marketing et e-commerce



Autres appellations :

- Responsable stratégie internet
- Responsable du commerce électronique



Correspondance ROME :

- M1801 – Administration de systèmes d'information
- M1805 – Etudes et développement informatique
- E1101 – Animation de communauté virtuelle

Relation(s) hiérarchique(s)

Il / elle intervient sous la responsabilité d'un manager d'équipe commerciale

Activités

- Analyser les besoins de l'entreprise et construire une stratégie e-commerce
- Produire des contenus pour le web
- Piloter un projet e-commerce, assurer sa maintenance et communiquer à son propos
- Evaluer les résultats de la stratégie e-commerce et optimiser le référencement du site e-commerce

Compétences associées aux activités (1/2)

Analyser les besoins de l'entreprise et construire une stratégie e-commerce

- 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
- Définir les actions commerciales adaptées à partir de l'analyse du comportement de navigation des internautes. Cette analyse sera construite à l'aide du paramétrage d'outils permettant de suivre le cheminement de navigation des internautes
- Bâtir une proposition de stratégie e-commerce à partir du projet d'entreprise et élaborer un plan de communication en se conformant aux périodes les plus adaptées à des types de communication et de commercialisation
- Paramétrer les outils permettant de mesurer la performance des leviers webmarketing, pour l'activité en ligne

Produire des contenus pour le web

- Construire des stratégies de contenu pour le web, en partenariat avec les équipes commerciales et marketing, afin de soutenir les objectifs marketing et commerciaux de l'entreprise
- Créer et rédiger des contenus web attractifs et pertinents pour engager les clients et améliorer l'expérience utilisateur
- Assurer la mise à jour des contenus et des tarifs, en supprimant les informations obsolètes et en actualisant les offres
- Optimiser les contenus pour le référencement naturel (SEO) afin d'augmenter la visibilité et le trafic sur le site web
- Utiliser des outils de gestion de contenu (CMS) pour publier et mettre à jour les contenus de manière efficace et cohérente
- Planifier et coordonner les calendriers éditoriaux pour garantir une publication régulière et pertinente des contenus
- Former et superviser les équipes de rédaction et de production de contenu pour assurer une production efficace et de haute qualité

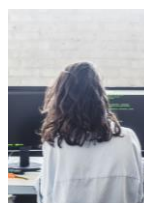
Piloter un projet e-commerce, assurer sa maintenance et communiquer dessus

- Analyser et sélectionner les prestataires les plus pertinents en fonction des besoins et du budget, puis contractualiser en lien avec les services internes
- Définir les objectifs et le cahier des charges du projet e-commerce, en respectant les directives de la direction commerciale
- Transmettre aux équipes les informations essentielles pour développer l'offre en ligne (périmètre commercial, références produits, etc.)
- Imaginer l'ergonomie du site pour optimiser la transformation des visiteurs en clients, en s'appuyant sur les indicateurs de performance
- Garantir la conformité juridique de la plateforme (mentions légales, CGV, obligations réglementaires)
- Déployer des actions incitatives pour favoriser l'usage du site (offres exclusives, informations dédiées, statuts spécifiques)
- Créer des outils de démonstration pour accompagner les clients dans l'utilisation de l'outil de vente en ligne (espaces de présentation, plaquettes en ligne)
- Former les équipes internes à l'outil e-commerce et communiquer sur les résultats et évolutions des ventes
- Détecter et corriger les dysfonctionnements du site, tout en proposant des améliorations continues

Compétences associées aux activités (2/2)

Evaluer les résultats de la stratégie e-commerce et optimiser le référencement du site e-commerce

- Analyser la fréquentation du site de commerce électronique ou de l'utilisation du système d'échange de données informatisées
- Définir le plan d'action afin d'organiser une visibilité utile pour un trafic qualifié en identifiant les actions prioritaires à engager
- Mettre en œuvre une campagne de liens sponsorisés en définissant les mots clés ou les profils, les pages d'atterrissage et en rédigeant les annonces
- Déterminer les partenariats qui permettent de renforcer la réputation de l'entreprise et ainsi les chances de se retrouver dans les premières positions d'une page de recherche
- Définir et mettre en place des indicateurs de performance (KPI), et mesurer la performance du site et de la stratégie e-commerce par rapport aux objectifs
- Assurer la gestion des tableaux de bord de suivi de campagne et maîtriser l'efficacité des annonces de chaque plateforme, et analyser le trafic du site web marchand et ses sources à l'aide d'outils de mesure de trafic et d'audience
- Identifier les écarts entre les résultats et le prévisionnel et proposer des actions correctives
- Synthétiser et hiérarchiser l'information pour qu'elle soit exploitable par les dirigeants



Prérequis

- Métier nécessitant une expérience et des compétences préalables dans les domaines du commerce, du marketing, des techniques web voire des achats

Voies d'accès au métier par la certification

Exemples de certifications d'accès au métier appréciées par les entreprises:

- Ecole de commerce
- Master en marketing ou commerce
- Ecole d'ingénieurs

Domaines de compétences

Savoirs / Connaissances

- Techniques de marketing
- Stratégie commerciale
- Techniques de commercialisation
- Relation client multi-canal
- Gestion budgétaire
- Techniques de reporting
- Analyse financière
- Techniques d'animation d'équipe
- Techniques de conduite de projet et de gestion du temps
- Technique d'animation d'un site web
- Solutions techniques pour le e-commerce
- Sécurisation des données lors de transactions commerciales
- Techniques de référencement
- Techniques de veille technologique et commerciale
- Logiciels de traitement de texte, tableurs, bases de données
- Législations et réglementations des bases de données, du droit commercial et associées au secteur d'activité

Savoir-faire / Compétences opérationnelles

- Réaliser des études sur les besoins de l'entreprise
- Définir la politique de commercialisation
- Contribuer à l'élaboration d'un plan de stratégie e-commerce
- Réaliser des études d'évaluation des résultats obtenus par les solutions e-commerce
- Réaliser le cahier des charges
- Elaborer un planning stratégique
- Mettre en œuvre des campagnes de promotions
- Animer des communautés
- Mettre en place des systèmes de paiement
- Mettre en place des partenariats bancaires et des programmes de fidélisation des clients internautes
- Sélectionner les prestataires
- Conduire des projets
- Gérer les tableaux de bord
- Rédiger des fiches produit, des articles
- Mettre en place des plans d'actions accompagnant le lancement des nouvelles solutions e-commerce
- Administrer et mettre à jour les outils de e-commerce

Savoir-être / Compétences comportementales

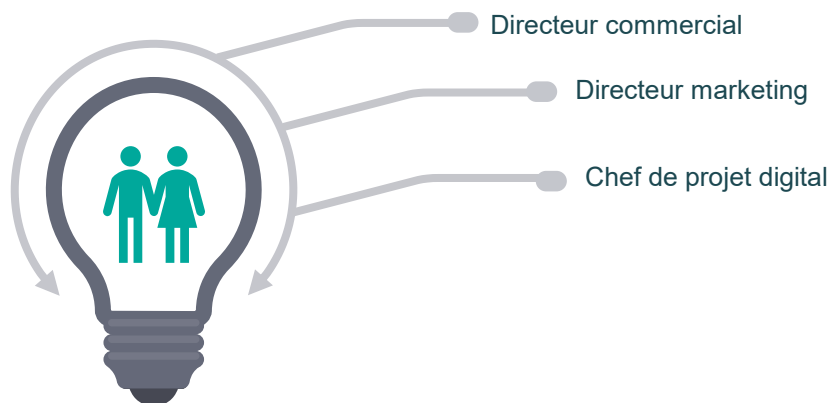
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Être rigoureux
- Être créatif
- Faire preuve de leadership
- Être réactif
- Être synthétique
- Savoir s'adapter
- Être autonome

Conditions d'exercice du métier

- Métier s'exerçant dans les locaux de l'entreprise essentiellement, des déplacements étant possibles en fonction des besoins de l'activité.
- Collaboration transverse avec les services commerciaux, marketing, IT et logistique.

Possibilités d'évolutions professionnelles

- Évolution possible vers différents métiers de la famille commerciale : directeur commercial, directeur marketing, chef de projet digital.



Évolutions prospectives

Chiffres clés

Pas de données significatives sur ce métier en développement

Evolution du métier de Chef(fe) de projet e-commerce



Métier porteur

Principaux facteurs d'évolution et impacts sur les métiers



TRANSITION ECOLOGIQUE

- Optimisation des flux logistiques et réduction de l'empreinte carbone des plateformes e-commerce avec une meilleure gestion des stocks et des transports.
- Développement d'une offre de produits plus responsable, avec une mise en avant des labels environnementaux et des critères RSE dans les stratégies de vente en ligne.
- Intégration des enjeux de recyclage et de réemploi dans les pratiques e-commerce, notamment via des options de seconde main ou des offres de reconditionnement.



TRANSITION NUMÉRIQUE

- Montée en puissance des technologies d'intelligence artificielle et des outils d'analyse prédictive, permettant une personnalisation accrue de l'expérience client et une optimisation des recommandations produits.
- Évolution des stratégies omnicanales, nécessitant une synchronisation renforcée entre site e-commerce, magasins physiques et plateformes.
- Automatisation croissante des parcours client, avec l'intégration de *chatbots*, assistants vocaux et autres solutions d'intelligence artificielle pour fluidifier l'expérience d'achat.



TRANSITION ÉCONOMIQUE

- Renforcement de la gestion des prix et des promotions en temps réel, grâce à l'utilisation de *data analytics* et d'outils de *dynamic pricing*.
- Multiplication des modèles économiques innovants, avec un développement accru des abonnements, des solutions de paiement fractionné et des marketplaces B2B.
- Nécessité d'une plus grande réactivité face aux fluctuations des coûts, en lien avec les tensions sur les chaînes d'approvisionnement et la volatilité des matières premières.



TRANSITION SOCIALE

- Montée en compétences sur les enjeux liés à la cybersécurité et à la protection des données clients, avec un cadre réglementaire de plus en plus exigeant (RGPD, ePrivacy).
- Besoins accrus en formation continue, les technologies et pratiques e-commerce évoluant rapidement, imposant une veille constante et une montée en compétences régulière.