

Bachelor Chef de Projet E-Business

Titre professionnel de niveau VI – RNCP34340

Ministère du travail, du plein emploi et de l'insertion

Contexte :

Vous aspirez à diriger des projets e-business avec brio, à devenir le moteur de la stratégie numérique d'une entreprise ? Passionné par le monde du digital, vous rêvez d'orchestrer le succès d'initiatives web ? Cultivez votre créativité au service des entreprises en optant pour notre formation de Chef de Projet E-Business. Inscrite au RNCP, cette formation est votre voie vers l'ambassadeur de la marque et le leader de la réussite digitale.

Objectifs :

E-Conception : concevoir des sites CMS marchands ou vitrines

- Créer ou optimiser un site CMS
- Produire et mettre en production du contenu multimédia
- Mettre en œuvre un système de veille sur les évolutions technologiques et sociales

E-Communication : mettre en œuvre une communication digitale

- Réaliser, piloter et optimiser des campagnes de communication digitale
- Animer et modérer les flux d'échanges des réseaux sociaux
- Développer et coordonner des partenariats
- Créer ou participer à des événements

E-marketing : mettre en œuvre un marketing digital

- Cibler et analyser les besoins des internautes
- Mettre en œuvre des actions d'e-marketing
- Suivre, mesurer et analyser l'activité d'un site
- Mettre en œuvre une veille sur les évolutions des pratiques commerciales spécifiques à l'e-commerce

Public visé : La formation est ouverte à tout public (demandeurs d'emploi, salariés) souhaitant évoluer dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. Formation accessible aux personnes en situation de handicap.

Prérequis et modalités d'accès :

- Attester d'un Bac +2 ou d'une certification équivalente pour entrer en 3ème année.
- Evaluation de la motivation et des acquis en lien avec la formation visée.

Suivi de l'exécution et évaluation des résultats

Alternance de contenu théorique et de mise en pratique

Evaluation en cours de formation (ECF)

Dossier professionnel

Examen de certification devant un jury final pour l'obtention du Titre Professionnel Chef(fe) de projet E-business de niveau VI du Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion

Possibilité de validation par blocs de compétences.

Durée et horaires

- 12 mois en contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation.
- 1 jour de formation et 4 jours d'apprentissage en entreprise par semaine

Tarif

- 8970€ TTC
- Tarif selon barème
- Pris en charge par l'OPCO de la branche dans le cas d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Equipe pédagogique

Nos formateurs possèdent une expertise et une expérience avérée dans leur domaine.

Siège social

CFA Institut des Métiers Network
260 rue du Puech Radier, 34970
Lattes

Nous contacter : 04.11.93.11.20 /
pedagogie@i2mc-formations.fr

Compétences visées :

Nous avons la possibilité de vous faire valider un ou des blocs de compétences.

CCP1 : Réaliser des études de marché

CCP2 : Contribuer à la définition de la stratégie marketing et commerciale

CCP3 : Responsable Marketing Commercial et Expérience Client

CCP 4 : Manager et développer une équipe commerciale / marketing opérationnel

Plan de formation (455 heures au total)

Intégration

- Découverte emploi, formation, alternance

Module 1 : Réalisation des études de marché

- I. Organiser une méthode de recueil d'information pour caractériser son environnement en analysant le marché, le secteur d'activité, les contraintes et les tendances.
- II. Qualifier les acteurs pour valoriser l'offre face à la demande en mobilisant les parties prenantes (partenaires directs/indirects, concurrents, clients, distributeurs) avec le marché.
- III. Exploiter les données clients pour caractériser les processus de décision du consommateur en utilisant les données issues de l'expérience client (interne : réclamations, incidents, études des réseaux sociaux, site, avis... externe : sur le point de vente ou à travers le web / Passif, études et panels...
- IV. Catégoriser la clientèle pour adapter l'offre en modélisant un parcours client spécifique.



Module 2 : Contribution à la définition de la stratégie marketing et commerciale

- I. Définir les nouveaux domaines d'activités stratégiques pour positionner l'offre/produit en fonction des cibles visées
- II. Positionner l'offre pour optimiser le déclenchement du processus d'achat des cibles en mettant en avant des stratégies de différenciation (expérience d'usage, de partage, de RH et digitale)
- III. Déterminer des objectifs opérationnels pour décliner un plan d'action
- IV. Concevoir un plan marketing opérationnel pour assurer la cohérence de la communication & des opérations commerciales en développant des actions online & off line
- V. Établir le périmètre des actions pour satisfaire aux objectifs commerciaux.

Module 3 : Pilotage du plan d'action marketing et commercial

- I. Réaliser un budget prévisionnel d'action pour adapter ses opérations à ses capacités budgétaires
- II. Programmer des actions marketing et commerciales pour affecter les ressources en fonction du résultat recherché
- III. Sélectionner les indicateurs/TDB pour satisfaire aux exigences du système de reporting
- IV. Déterminer le Retour sur investissement du Plan d'action marketing et commercial pour mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé
- V. Présenter les conclusions des actions commerciales et marketing réalisées pour orienter les décisions de la direction
- VI. Préconiser les actions correctrices pour optimiser les résultats des opérations commerciales et marketing

Module 4 : Management et développement d'une équipe commerciale : marketing opérationnel

- I. Utiliser les outils de planification afin de coordonner les activités de chaque membre de l'équipe en prenant en compte les profils des collaborateurs et en mesurant les plans de charges opérationnels
- II. Participer à l'intégration des collaborateurs et assurer la mise en œuvre des actions de formation afin de garantir l'efficacité opérationnelle en transmettant les gestes métiers et les fondamentaux de l'entreprise
- III. Définir et adapter le mode de communication managériale afin de favoriser l'engagement des collaborateurs et mobiliser les équipes en actionnant les leviers de motivation
- IV. Animer une équipe en organisant des réunions, en assurant des points de coordination et en gérant les interactions afin d'optimiser la gestion de projet
- V. Élaborer des outils de reporting afin de mesurer et analyser les résultats individuels et collectifs et activer

Révision et validation du titre

- Révision et mise en situation pour le passage du titre
- Evaluation du parcours de formation remis au jury avec la remise du livret ECF
- Exercices de coaching individuel et collectif permettant d'avoir la bonne posture du métier lié à la formation

Débouchés visés par la certification :

Account Manager ; Assistant chef de produit ; Assistant digital marketing ; Assistant marketing ; Chargé d'études ; Chargé de communication web ; Chargé de marketing digital ; Chef de projet communication digital ; Chef de projet digital ; Chef de projet mobile - Chef de projet e-business ; Chef de projet e-marketing ; Chef de projet junior ; Chef de projet marketing ; Chef de projet web ; Chef de projet webmarketing ; Community Manager ; Social media manager ; Trafic manager ; Responsable de communication digitale ; Business Development.