



## DESCRIPTION

Spécialiste de la vente en ligne, le responsable e-commerce a la responsabilité du développement des ventes de l'enseigne ou du magasin sur Internet. Il peut s'appuyer sur le site e-commerce de son entreprise, sa présence sur les réseaux sociaux, le relai sur d'autres sites marchands ou ayant une influence sur les comportements d'achat de la clientèle qu'il cible, etc. Il est à la croisée des métiers du web (technique), du marketing et de la vente.



### PROFIL D'EMPLOYEURS

- Enseigne, magasin, pure player du e-commerce



### RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes** : Directeur marketing et/ou commercial, chefs de produits, Responsable SAV
- **Externes** : Communautés de clients et prospects, influenceurs dans le domaine de l'entreprise, prestataires (agences de communication...)



### ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- Le site internet ou les échanges sur les communautés d'acheteurs / utilisateurs ne se limitant pas aux heures d'ouverture des magasins, sa présence peut tendre à être continue et en conséquence la charge de travail importante.



## ACTIVITES

### > Activités principales

#### Définir la stratégie e-commerce, le suivi et le reporting

- Etablir une stratégie en ligne en fonction de son budget et des stratégies sur les autres canaux (notamment magasin)
- Suivre l'efficacité de ses actions (tableaux de bord) et assurer le reporting à la direction
- Faire une veille sur les pratiques des concurrents, les nouveaux moyens de promotion en ligne et le niveau de prix pratiqués

#### Optimiser la présence sur Internet

- Générer plus de trafic sur le site via des actions de référencement (naturel et/ou payant), le développement de partenariats, la mise en œuvre de campagne, l'achat de bannières, l'envoi d'emails...
- Animer les communautés en ligne (community management) sur les réseaux sociaux de l'entreprise, forums utilisateurs...

### > Activités complémentaires

#### Assurer le management des équipes

- Coordonner l'action de son éventuelle équipe
- Assurer la maintenance et la mise à niveau (mise à jour régulière du site –gestion de contenu– en fonction des retours d'expérience –taux de transformation, nombre de clics...)
- Gérer la sécurité des transactions sur internet
- Assurer la mise à jour du site régulièrement en fonction des évolutions de catalogue et de prix



## > SAVOIR

- Connaître l'écosystème de fournisseurs de son secteur et comprendre leurs stratégies et pratiques
- Avoir une bonne culture web et de ses outils (univers des sites marchands, réseaux sociaux, « netiquette »...)
- Avoir une bonne connaissance des langages de programmation web (JavaScript, HTML)

## > QUALITES / GOÛTS PERSONNELS

- Aimer la vente, le commerce
- Aimer le secteur d'activité et les objets / produits associés, se tenir informé et analyser les tendances marché, produits...
- Etre créatif

## > SAVOIR-FAIRE

- Maîtriser les outils bureautiques (traitement de texte, tableur, logiciel de gestion spécifique, recherches sur le web)
- Etre capable d'animer une équipe (commerciale ou autre)
- Savoir motiver les équipes pour l'atteinte des objectifs (commerciaux ou autres)
- Savoir analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques)
- Savoir organiser une veille concurrentielle (analyse du marché, positionnement concurrentiel, forces et faibles face aux concurrents...)
- Savoir piloter un projet de marketing opérationnel en pilotant les éventuels sous-traitants (agences web, agences de communication, etc.)
- Etre capable de développer un réseau relationnel dans son domaine d'activité (objets d'art, œuvres d'art...)
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales (dans le respect de la politique commerciale)
- Savoir organiser une promotion de produits en ligne (réseaux sociaux, e-commerce)
- Savoir piloter le trafic et le taux de transformation de son site web avec les outils adaptés (Google analytics, etc.)

## > SAVOIR-ETRE

- Parler l'anglais et éventuellement une ou plusieurs autres langues étrangères
- Savoir pratiquer l'écoute active pour comprendre la demande et les besoins et motivations de son interlocuteur (client interne/externe ou collaborateur)
- Etre proactif (dans la résolution des problèmes détectés, par rapport à des demandes des clients ou responsables hiérarchiques)
- Avoir le sens du service (accueil, proactivité dans le renseignement, réactivité aux demandes...)
- Développer des relations de confiance (client interne/externe, fournisseur ou collaborateur)
- Etre capable de s'adapter à des environnements, produits et clients différents



### PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- Ce métier requiert une importante aisance sur l'environnement internet et un important sens commercial



### FORMATIONS FREQUENTES

- Ecole de commerce, master spécialisé en (web)marketing ou management des nouvelles technologies



### CERTIFICATIONS RECONNUES

- Il n'y a pas de certification spécifique



### METIERS DE PROVENANCE

- Premier emploi, Vendeur



### EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Directeur Commercial
- Fonctions support : marketing, achats...



### AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME – M1707 : Stratégie commerciale](#)
- [APEC : Directeur e-commerce](#)

## TEMOIGNAGE

« Être responsable e-commerce, c'est avant tout travailler dans un domaine en plein essor avec de nouveaux challenges tous les jours. J'ai toujours été passionnée par le web j'ai donc fait un Master spécialisé en webmarketing, qui m'a donné les compétences techniques nécessaires pour ensuite être recruter par une enseigne. L'outil web a un vrai pouvoir d'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise, via les réseaux sociaux, le référencement du site, etc. Et c'est agréable de voir l'impact de son travail sur les résultats! »

Clémence,  
Responsable  
E-commerce



Accédez aux référentiels en cliquant sur les liens

