

Responsable e-commerce (H/F)

Directeur e-commerce | Responsable e-business | Responsable webmarketing

Description de l'emploi

Le **responsable e-commerce** a la responsabilité du **développement des ventes** de l'entreprise **sur Internet**.

Il définit, avec sa direction et avec le service marketing, la **stratégie commerciale** associée au commerce électronique, en cohérence avec la stratégie globale et multicanal de l'entreprise.

Il établit un **plan d'action** et identifie les **moyens techniques et financiers** nécessaires pour accroître les ventes en ligne des produits ou services proposés et **développer le chiffre d'affaires**.

Il veille également à optimiser la présence de l'entreprise sur **Internet** et sur les **réseaux sociaux** pour générer **plus de trafic**.

Il suit avec précision les **indicateurs de performance**, l'**efficacité des actions** et identifie les **leviers nécessaires** du webmarketing afin d'atteindre les objectifs.

En interne, il encadre l'**équipe e-commerce**, et à l'externe, il pilote et coordonne les **prestataires** sur les projets de création de développement d'applications et de supports web.



Activités

- Veille sur le marché, sur la concurrence, benchmarks et veille commerciale et technologique.
- Définition de la stratégie e-commerce en cohérence avec la stratégie commerciale et marketing de son entreprise.
- Détermination des objectifs de développement et des moyens techniques, humains et budgétaires nécessaires.
- Mise en place de la politique de sécurité en matière d'outils et d'échanges de données.
- Pilotage de la performance du site, de la présence et des interactions sur Internet.
- Suivi des indicateurs de performance et mise en place de reportings auprès de l'équipe et de la direction.
- Analyse des indicateurs et mise en œuvre des leviers nécessaires afin d'atteindre les objectifs.
- Mise en place d'actions commerciales en ligne (promotions, soldes, concours...).
- Management et gestion de l'équipe e-commerce.
- Pilotage des prestataires externes.
- Développement et gestion des partenariats (fournisseurs d'accès, réseaux sociaux...).
- Compte rendu des résultats, des orientations stratégiques, et intervention le cas échéant en comité de direction.



Accès à l'emploi

Profil recherché

- Bac+5 : formation commerciale, écoles de commerce, écoles d'ingénieurs, Masters professionnels en marketing, commerce ou université avec une spécialisation en nouvelles technologies, digital marketing ou e-business.
- Une expérience d'au moins 5 ans dans des fonctions intermédiaires dans le digital marketing est nécessaire pour accéder aux fonctions de responsable e-commerce.
- La pratique de l'anglais commercial et technique est requise.

Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- MASTER** - Commerce et distribution (niv. 7)
- Titre** - Expert en stratégie digitale (niv. 7)
- Titre** - Manager marketing digital (MS) (niv. 7)
- Titre** - Directeur commercial marketing et stratégie digitale (niv. 7)
- Titre** - Manager du marketing digital (niv. 7)


Compétences

Domaines de compétences	Compétences
Définir la stratégie e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> 1. Effectuer une veille permanente sur le marché, les différents acteurs et la concurrence, sur les nouvelles technologies et les innovations en matière de e-commerce et de multicanal. 2. Analyser l'évolution du marché, des comportements des clients, établir des benchmarks pour analyser la concurrence, afin d'adapter en permanence la stratégie e-commerce. 3. Appréhender les caractéristiques des produits/services et analyser leur potentiel commercial. 4. Identifier, développer et entretenir un réseau de partenaires institutionnels, économiques, commerciaux... 5. Représenter et promouvoir l'entreprise à l'extérieur. 6. Élaborer des stratégies e-commerce en tenant compte des autres canaux de vente et en cohérence avec la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise. 7. Définir le plan d'action et les projets nécessaires à l'évolution et au développement du e-commerce (y compris en matière de sécurité) et de la présence sur le web de l'entreprise. 8. Proposer un budget prévisionnel et identifier les moyens humains et techniques nécessaires à la stratégie.
Participer à la stratégie marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participer à la définition des cibles commerciales à toucher, au positionnement de l'entreprise et des produits qu'elle vend. 2. Participer à l'élaboration de la stratégie marketing permettant de promouvoir les produits et faciliter les ventes. 3. Participer à la définition et l'élaboration d'un plan de communication.
Piloter la mise en œuvre de la stratégie e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sélectionner et piloter un ou plusieurs prestataires et assurer le suivi et le contrôle de la prestation. 2. Coordonner les moyens nécessaires pour la réalisation du plan d'action et atteindre les objectifs fixés. 3. Garantir la bonne application de la stratégie e-commerce au niveau de l'équipe. 4. Suivre la mise en œuvre du plan d'action commercial et la conformité des orientations définies. 5. Suivre le budget défini avec la direction générale. 6. Identifier les écarts et les axes d'amélioration du plan d'action. 7. Assurer le suivi de la mise en œuvre des actions correctives.
Analyser les indicateurs de performance afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concevoir les tableaux de bord de gestion et de suivi liés à l'activité. 2. Analyser les indicateurs de performance et valider l'atteinte des objectifs. 3. Évaluer la performance et l'efficacité des actions, identifier et définir, le cas échéant, des axes d'amélioration et d'évolution ; piloter leur mise en œuvre. 4. Assurer des reportings réguliers à la direction.
Manager l'équipe e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> 1. Appliquer une posture managériale adaptée. 2. Encadrer, animer, motiver et encourager les initiatives de l'équipe. 3. Veiller à l'application des consignes et procédures, au respect du règlement intérieur. 4. Anticiper et gérer les difficultés, les conflits. 5. Définir et communiquer, en lien avec la direction, les objectifs de l'équipe, les procédures internes et la planification du travail. 6. Collecter et suivre les éléments d'activité de l'équipe. 7. Veiller à l'atteinte des objectifs collectifs et individuels. 8. Participer à la gestion du personnel (application de la réglementation du droit du travail, mouvement du personnel, rémunération, promotion...).
Garantir le développement des compétences de l'équipe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participer aux entretiens et aux évaluations de l'équipe. 2. Identifier les potentiels et les besoins en compétences de l'équipe. 3. Participer, avec les services RH, à la mise en place d'un plan de développement des compétences de l'équipe. 4. Participer, avec la direction, au recrutement et à l'intégration de nouveaux collaborateurs. 5. Accompagner l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.



Compétences comportementales

- Savoir travailler en équipe, avoir l'esprit d'équipe
- Être réactif et savoir chercher des solutions
- Être rigoureux/organisé
- Savoir montrer de l'intérêt pour l'autre, l'écouter
- Savoir bien s'exprimer, être à l'aise dans le relationnel
- Savoir anticiper pour agir, être proactif
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre
- Mobiliser/fédérer un collectif, exercer un leadership



Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Enseignes de grande taille

En interne : Il intervient sous la responsabilité du directeur général. Il est en relation permanente avec l'équipe e-commerce, dont la taille et les fonctions présentes varient en fonction de l'organisation de l'entreprise. Il travaille en collaboration avec les services marketing, commercial et avec les services support : ressources humaines, juridiques...

En externe : Il est en relation avec les fournisseurs, les prestataires, et le cas échéant avec un ou plusieurs influenceurs.



Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

- Le responsable e-commerce doit savoir en permanence adapter la stratégie et les actions à la généralisation du multicanal dans le commerce, aux évolutions technologiques, aux techniques de marketing et à la croissance des réseaux sociaux qui fait évoluer les pratiques du e-commerce (animation de communautés de consommateurs/clients...).



Mobilité professionnelle

Le responsable e-commerce peut évoluer vers des postes de directeur digital, marketing, commercial, ou en tant que consultant e-business.