



Créer et administrer un site e-commerce pour TPE – PME

Certification au répertoire spécifique

Référentiel de compétences et d'évaluation

Intitulé de la certification	Formation certifiante : Créer et administrer un site e-commerce pour TPE – PME	
Objectif de la certification	Public visé	Prérequis
<p>Cette certification a pour objectifs de permettre aux titulaires de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer un site e-commerce attractif et vendeur - Gérer un site e-commerce et animer les ventes - Améliorer la visibilité et générer du trafic 	<p>Cette certification est accessible aux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artisans • Futurs artisans • Chefs d'entreprise • Collaborateurs • .../... <p>de TPE et PME</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posséder une maîtrise de base de l'outil informatique

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>C1 Définir ses besoins de site e-commerce dans un cahier des charges en analysant sa valeur ajoutée et en intégrant les dimensions techniques et budgétaires afin de cadrer le périmètre et la faisabilité du projet.</p>	<p>Cas pratique (C1 à C9)</p> <p><u>Descriptif de l'épreuve :</u></p> <p>A partir de son projet professionnel de développement de son activité e-commerce, le candidat présente au jury la version finale du site e-commerce sur lequel il a travaillé au cours de la formation.</p>	<p>Les besoins et le cahier des charges du site e-commerce sont définis : Un état de l'existant est réalisé Les besoins sont cohérents avec le marché ciblé. Les objectifs et la cible sont définis. Les contraintes techniques sont présentées. La concurrence est prise en compte. Le budget est établi. Les besoins techniques de bases sont déterminés. Le nom du domaine choisi est pertinent par rapport à l'activité présentée par le site.</p>
<p>C2 Sélectionner une solution e-commerce correspondant aux besoins et aux contraintes identifiés dans le cahier des charges pour disposer d'un outil de création adapté à son projet et aux supports numériques ciblés (écran d'ordinateur, smartphones et tablettes).</p>	<p>Il est attendu que le candidat explique ses objectifs et ses besoins puis qu'il présente l'ensemble du site : structure, fonctionnalité, exemple de produits/services, etc.</p>	<p>La solution est adaptée : La solution sélectionnée est cohérente avec le cahier des charges. Le budget est respecté. Les contraintes techniques sont appréciées.</p>
<p>C3 Choisir une structure de site parmi les fonctionnalités proposées par la solution e-commerce en sélectionnant les options adaptées pour aboutir à une configuration ergonomique et répondant aux besoins.</p>	<p>La présentation est suivie d'un échange oral avec le jury. Cet échange permet au candidat d'argumenter les choix opérés dans l'élaboration de son site et d'élargir le questionnement du jury sur certaines compétences afin d'en vérifier la maîtrise par le candidat.</p> <p>Les compétences sont évaluées à partir d'une grille d'évaluation couvrant l'ensemble des compétences visées par la certification.</p>	<p>La configuration du site est de qualité : L'architecture est logique. Les différentes rubriques sont construites. La navigation est simple et fluide. Le menu est accessible et intuitif. Les liens et les boutons utilisés sont fonctionnels. Les différentes solutions de paiement sont paramétrées (PayPal, chèque, CB, etc.). Les différents modes de livraison sont configurés (drive, click and collect, relaie colis, voie postale, etc.)</p>
<p>C4 Créer le design du site e-commerce en adéquation avec l'identité de l'entreprise, en veillant à l'esthétique pour proposer un site attractif et favoriser l'Expérience Utilisateur (UX).</p>		<p>La charte graphique est de qualité : Le design global du site est cohérent par rapport à l'activité et la cible. Le logo est présent. La charte graphique est définie : polices, couleurs, fond de pages.</p>

<p>C5 Intégrer du contenu web sur son offre de produits/services en soignant les descriptifs pour attirer le client, le rassurer et optimiser la vente.</p>	<p>Durée de l'évaluation orale : 15-20 min</p> <p>Lieu de l'évaluation : en centre de formation</p>	<p>Le contenu du site est adapté : Le site contient des photos, des articles sous forme de texte, éventuellement des vidéos. Chaque fiche produit est claire et complète : - Nom du produit - Prix du produit - Photo du produit - Description du produit - Délais de livraison - Disponibilité du produit Les contenus sont impactant. Ils permettent d'atteindre les cibles, de répondre aux objectifs et de faire passer les messages.</p>
<p>C6 Intégrer les mentions légales obligatoires (CGV, RGPD, cookies) dans le site e-commerce en veillant à leurs mises à jour pour être en conformité avec la loi et intelligible pour le client.</p>		<p>Les mentions obligatoires sont présentes : Les Mentions légales sont inscrites. Les Conditions générales de vente sont indiquées. Les Mentions obligatoires relatives à l'utilisation de données personnelles sont indiquées. La politique de confidentialité est présentée. Les règles sur l'utilisation des cookies sont intégrées.</p>
<p>C7 Assurer l'optimisation du référencement naturel de son site en incrémentant des mots clés et en actualisant les contenus pour améliorer l'indexation et le classement dans les résultats des moteurs de recherche.</p>		<p>Le référencement est adéquat : Les mots clés sont pertinents au regard de l'activité et du marché. Les mots clés sont positionnés aux endroits stratégiques des différentes pages.</p>
<p>C8 Mettre en place des actions de relations clients en réalisant des animations de vente (newsletters, mises en avant produit, liens vers les médias sociaux, etc.) et en assurant un suivi de sa clientèle afin de développer sa visibilité, son audience et son taux de fidélisation.</p>		<p>Les actions de relations clients sont efficaces : Des animations de ventes sont proposées. Des produits/services sont mis en avant. Des promotions sont affichées le cas échéant. Les avis et commentaires des clients sont affichés et relayés. Le suivi client est assuré (comptes clients, questions, SAV).</p>

<p>C9 Exploiter les données statistiques de fréquentation des pages du site en utilisant les indicateurs clés de performance afin d'analyser le trafic et cerner les préférences et comportement des visiteurs.</p>		<p>Les données statistiques sont traitées et analysées : Les indicateurs choisis sont pertinents (visiteurs uniques, sessions, période de fréquentation, accès direct, accès par les moteurs de recherche, pages vues, durée moyenne de la visite, taux de rebond, taux de conversion, etc.) Prise en compte des données statistiques dans l'ajustement des contenus du site.</p>
--	--	--