

Responsable Digital Business Developer

Mission :

Le métier de Digital Business Développeur est résolument concentré sur le développement de la performance commerciale de l'entreprise au niveau du E – Commerce. Il a pour but d'augmenter le volume des ventes et le nombre de clients en ligne

Il est chargé de proposer une stratégie de E – Business prenant en compte les autres canaux de vente.

Pour développer les ventes, il s'occupe de :

- Concevoir une stratégie marketing prenant en compte les menaces et les opportunités des marchés
- Construire des plans d'actions commerciaux adaptés à la diversité des segments de clients
- Créer ou faire réaliser un site de E-Commerce en intégrant les technologies du web les plus adaptées
- Faire évoluer au fur et à mesure les fonctionnalités du ou des sites de E-commerce
- Mobiliser avec intelligence les différentes ressources du web marketing : Référencement naturel et payant, emailing, affiliation, display, mise en place des partenariats, réseaux sociaux...
- Mettre en place des processus de fidélisation de la clientèle
- D'être l'interface entre les différents services concernés par la vente en ligne (Logistique, commercial, transport, SAV)
- Maîtriser et faire évoluer le système de paiement en ligne
- Manager des projets et fédérer des compétences internes et ou externes diversifiées

- Surveiller les concurrents et créer de la différenciation
- Analyser les résultats économiques des actions et en débattre avec ses responsables

Dans une PME, il peut occuper la fonction de référent digital pour accompagner l'entreprise dans sa transformation.

Référentiel Métiers visés

- Responsable de site de E – commerce

Le rôle principal du Responsable e-commerce consiste à définir et choisir une politique marketing à plusieurs niveaux. Comme il est en charge du budget web, il décide les différents leviers webmarketing à activer : Search engine marketing, Search engine optimization, campagne emailing, affiliation, display, réseaux sociaux, mise en place des partenariats, etc. Son objectif est d'accroître le trafic, la notoriété du site et fidéliser les internautes. Une fois la stratégie marketing choisie, il doit assurer la mise en œuvre de toutes les opérations commerciales en ligne et gérer le référencement.

Le Responsable du commerce en ligne doit gérer le site de vente sur tous les fronts. Il lui revient de le faire évoluer en permanence au plus près de la demande des consommateurs. Il surveille les indicateurs de performance de la stratégie choisie ainsi que l'évolution des technologies de communication. Il doit être toujours en veille pour maîtriser le e-commerce, s'informer sur les concurrents et les nouvelles opportunités de marchés. Il est alors tenu de faire évoluer la technologie de son site e-commerce et en améliorer les fonctionnalités.

Le Responsable e-commerce vient également soutenir les équipes de commerciaux et l'équipe marketing pour développer leur politique de communication. Il joue le rôle d'interface entre les différents services comme la logistique et le commercial. Il est tenu de savoir animer ses équipes et recruter les éléments adéquats. Par ailleurs, il analyse les tableaux de bord et assure le reporting à la hiérarchie et au webdesigner

[Source Cegos](#)

- Le Webdesigner

Le Webdesigner s'occupe de toute la partie visuelle d'un site internet : typographie, couleurs, place des images et du texte, icône pour faciliter la navigation, ... Son rôle est de créer l'identité visuelle du site. Il se sert des différents logiciels de création graphique tels que Photoshop, Illustrator ou parfois Indesign.

- Référencement Web

Le référencement Web est chargé d'optimiser la visibilité et la notoriété d'un site pour en augmenter l'audience. Il agit, d'une part, « en interne », en définissant les tags, mots clés, balises qui devront être utilisés sur un site (ou une page) pour optimiser son positionnement sur les moteurs et, d'autre part, « en externe », en soumettant le site aux annuaires de référencement thématiques qui permettent d'en améliorer le classement (le PageRank chez Google) et la visibilité

- Traffic Manager

Le traffic manager a pour mission d'optimiser l'ensemble des leviers d'acquisition de trafic sur le Web (référencement, partenariats...) afin de donner de la visibilité au site, de générer le maximum de trafic et de chiffre d'affaires. Il planifie et anime les campagnes publicitaires en utilisant de nombreux outils (bandeaux et bannières). Il organise la succession des campagnes, en mettant en ligne de nouvelles bannières et en retirant celles qui sont obsolètes. Il gère enfin l'ensemble du processus de réservation des emplacements publicitaires et de reporting.

- Chef de projet e-CRM

Le chef de projet e-CRM (electronic customer relationship management) se situe au carrefour des fonctions marketing, informatique et vente. Il assure le marketing relationnel pour l'ensemble des plateformes numériques d'une entreprise et met en œuvre des campagnes de gestion de la relation client destinées au Web. Ses objectifs : mieux comprendre le consommateur, le fidéliser pour développer les ventes et générer du profit. Il définit la stratégie d'exploitation des données des visiteurs et des clients, et met en œuvre les solutions e-CRM pour proposer des produits adaptés au profil des internautes.

- Designer UX

L'évolution ultrarapide des technologies liées au Web modifie les qualifications du métier de Web designer, notamment sur tablettes, smartphones et objets connectés. Le designer UI (design de l'interface utilisateur) gère le lien entre la machine et l'homme (conception de l'interface, optimisation des parcours, qualité des contenus). De son côté, le designer UX (design de l'expérience utilisateur) introduit de la mise en récit (storytelling) dans une expérience, afin de faire naître de l'émotion chez l'internaute.

- Référent Business digital PME

Les PME ont de plus en plus besoin d'intégrer les techniques de E-Commerce dans leur processus de vente. Elles ont besoin pour cela d'un référent capable de concevoir et animer un site de E – Commerce tout en soutenant les forces de vente plus traditionnelles. Le référent Business Digital est par ailleurs l'interlocuteur privilégié capable de gérer les services de différents prestataires susceptibles de faire évoluer les technologies digitales utilisées par l'entreprise.

On assiste de plus en plus à l'émergence d'activités et de fonction de plus en plus spécialisées à partir d'un référentiel de compétences commun.

[En savoir plus sur les métiers du Marketing digital sur l'Apec](#)

[Source BDM recommandée par Pôle Emploi](#)

Domaines d'activités majeurs

1. Définir une stratégie marketing et communication digitale
2. Manager des projets innovants en mode agile
3. Utiliser efficacement les technologies informatiques et les logiciels métiers (C'est peut – etre une compétence ? mais c'est aussi une activité ?)
4. Concevoir et réaliser un site de E-Commerce en utilisant les techniques de l'UX Design
5. Développer du trafic vers un site de E – Commerce avec les outils du webmarketing
6. Développer des ventes par internet et gérer la relation Client

Référentiel de compétences

1. Définir une stratégie de marketing et de communication digitale

- C1. Comprendre la transformation digitale du commerce et de la distribution
- C2. Savoir faire un diagnostic stratégique de l'entreprise
- C3. Elaborer des stratégies de marketing et de communication digitale sur la base du diagnostic réalisé
- C4. Evaluer l'impact économique des actions mises en place

2. Manager une équipe de projet en mode agile

- C1. Comprendre les enjeux de l'innovation et découvrir la diversité des approches projets en :
- C2. Analyser la demande client
- C3. Construire le projet autour des attentes des utilisateurs finaux en
- C4. Faire émerger des idées disruptives
- C5 Manager une équipe projet
- C6. Accompagner le changement en :

3. Utiliser efficacement les technologies informatiques et les logiciels métiers

- C1. Gérer son ordinateur
- C2. Maîtriser la suite Microsoft
- C3 Réaliser des supports de communication adaptée au E – Commerce en maitrisant des logiciels professionnels de : PAO- Des logiciels de traitement d'images- Création de vidéos
- C4. Maitriser les techniques de base de la photographie et de la vidéo pour :
- C5 Acquérir les méthodes et les de base de l'Analyse Business Analytics (BA)
- C6. Utiliser un CRM

4. Concevoir et réaliser un site de E-Commerce en utilisant les techniques de l'UX Design

- C1 Analyser la demande client en :
- C2. Découvrir les attentes des utilisateurs finaux en :
- C3. Construire un site de E-Commerce en mode SAAS en
- C5. Intégrer et ou créer les contenus du site

5. Développer du trafic vers un site de E - Commerce avec les outils du webmarketing

C1. Mettre en place un référencement performant

C2. Concevoir et lancer des campagnes d'emailing

C3. Communiquer et vendre avec les réseaux sociaux

C4. Lancer des campagnes de E – Publicité

6. Développer des ventes par internet et gérer la relation Client

C1. Réaliser un diagnostic commercial de l'activité commerciale

C2. Contribuer à l'optimisation du fonctionnement du service

C3. Vendre et négocier avec talent

C4. Gérer la relation client

Référentiel d'activités Digital Business Developer	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation Définition des critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		Modalités	Critères
<p>Bloc 1 : Définir une stratégie de marketing et de communication digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participation à la conception de la stratégie marketing de l'entreprise - Réalisation et ou utilisation des études de marché (client, fournisseur, concurrence) - Elaborer un plan marketing intégrant l'ensemble des outils digitaux - Veille sur l'évolution permanente des technologies, des produits et les comportements des consommateurs - Contribution à la prise décision concernant l'offre produits - Participation à la définition du positionnement - Elaboration du plan marketing intégrant l'ensembles des outils de la communication digitale (Réseaux socio, affiliation, etc...) 	<p>C1. Comprendre la transformation digitale du commerce et de la distribution en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observant les nouvelles tendances de consommation - Etudiant les business model émergents - Analysant les réussites et les échecs dans le domaine du E – Commerce - Identifiant les secteurs en croissance et ceux qui entrent en décroissance - Explorant les nouvelles technologies du web (IA, Bloch Chain, Web Sémantique, etc..) 	<p>Réalisation d'une synthèse de chaque conférence et ou d'enquêtes exploratoires en lien avec la thématique de la conférence.</p> <p>Synthèse rédigée sous forme d'articles publiés dans un webzine consulté par 30 000 cadres et dirigeants illustrés d'images et de vidéos ou d'un reportage vidéo</p> <p>Passation du test DIGITT de positionnement sur la culture digitale</p>	<p>Qualité rédactionnelle</p> <p>Pertinence de la réflexion</p> <p>Prise en compte de la perception des lecteurs</p>
	<p>C2. Savoir faire un diagnostic stratégique de l'entreprise en analysant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ses points forts et ses points faibles - Les menaces et les opportunités - Le business modèle de l'entreprise - Son système, ses pratiques, et ses outils de communication 	<p>Réalisation d'un diagnostic stratégique d'entreprises partenaires ou Etudes de cas</p> <p>Production d'un dossier remis au dirigeant de l'entreprise partenaire</p>	<p>Capacité à utiliser les méthodologies présentées en cours</p> <p>Capacité à reformuler clairement les enjeux stratégiques et à rechercher de l'information pour</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Suivi des indicateurs de pilotage et proposition d'actions correctives pertinentes - Analyses des résultats des opérations de marketing digital, et proposition d'actions correctives pertinentes 	<ul style="list-style-type: none"> - Son image, sa réputation et ses valeurs perçues - Sa capacité à identifier les attentes des clients et ou prospects 		<p>enrichir l'analyse et prolonger le questionnement avec les dirigeants concernés</p>
	<p>C3. Elaborer des stratégies de marketing et de communication digitale sur la base du diagnostic réalisé en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - S'appuyant sur des études de marché - Définissant la segmentation et le ciblage des clients - Identifiant les sources de création de valeur pour le client - Positionnant la marque et l'offre - Apportant des idées pertinentes dans la conception d'une stratégie multi-canal - Optimisant la réputation de l'entreprise 	<p>Réalisation d'un diagnostic marketing ou de communication d'une entreprise partenaire ou études de cas</p> <p>Production d'un dossier remis au dirigeant de l'entreprise partenaire intégrant des préconisations</p>	<p>Capacité a présenté une stratégie de marketing ou de communication en cohérence avec le diagnostic présenté stratégiquement précédemment</p> <p>Les couples produits marchés sont clairement définis</p> <p>Les objectifs sont quantifiés et réalistes</p> <p>Le plan d'action opérationnel est adapté</p>
	<p>C4. Evaluer l'impact économique des actions mises en place en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construisant un budget de campagne équilibré - Analysant la rentabilité des actions menées 	<p>Les plans d'actions proposés ou les projets développés pour les entreprises partenaires font systématiquement l'objet d'une proposition de budget discuté avec le client.</p>	<p>Tous les coûts ont été bien identifiés et évalués avec réalisme</p> <p>Chaque proposition est bien argumentée et convaincante</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Mettant en place des indicateurs de gestion pertinents - Traitant régulièrement les données statistiques pour prendre des décisions éclairées 	<p>Dans le cadre d'un projet réel, cette discussion se déroule avec le client partenaire</p> <p>Dans le cas d'une étude de cas, celui – ci fait l'objet d'une simulation dans le cadre d'un jeu de rôle</p>	
--	--	---	--

Référentiel d'activités Digital Business Developer	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation Définition des critères et les modalités d'évaluation des acquis	
2. Design d'Innovation et Management de projet en mode agile		Modalités	Critères
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse la demande d'un client - Identification des parties prenantes - Constitution d'une équipe projet - Conception participative d'un projet - Structuration de l'action collective - Etablissement d'un budget - Mise en place d'indicateurs de pilotage - Animation de réunions 	<ul style="list-style-type: none"> - C1. Comprendre les enjeux de l'innovation et découvrir la diversité des approches projets en : - Définissant les différentes formes d'innovation - Situait le développement des différentes méthodes à travers l'histoire - Présentant les apports spécifiques des méthodes agiles, des techniques du Design Thinking et du Scrum 	<p>Réalisation d'un quizz d'ancrage mémoriel réalisé par les étudiants et complété par le professeur</p> <p>Mise en place d'un concours intergroupes sur 3 questions fermées et une question ouverte</p>	<p>Capacité à proposer un quizz en phase avec le contenu du cours</p> <p>Capacité des étudiants à répondre aux questions du quizz et ou du questionnaire</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Accompagnement du changement - Clôture du projet 	<p>C2. Analyser la demande client en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisant des interviews - Reformulant la demande pour bien identifier le besoin - Définissant des objectifs mesurables à atteindre - Décomposant le projet en actions séquencées dans le temps - Evaluant le temps et les ressources nécessaires pour faire une proposition tarifée - Mettant en place un contrat de prestation adapté 	<p>L'exercice consistera à placer les étudiants en situation de consultant. Ils auront à modéliser un projet économique dormant innovant d'une PME partenaire à partir d'une méthodologie présentée en cours</p> <p>Cet exercice donnera également lieu à une soutenance dans les entreprises partenaires en présentiel ou a distance</p>	<p>Capacité à respecter la méthodologie de modélisation de projet</p>
	<p>C3. Construire le projet autour des attentes des utilisateurs finaux en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définissant les profils types avec la technique des Personas - Réalisant des entretiens et des réunions avec les futurs utilisateurs (focus groupe) - Formalisant les points clés du parcours et de l'expérience Client 	<p>Dans le cadre jeu pédagogique qui repose sur un concours d'innovation intergroupe, les étudiants auront à réaliser des profils types de clients en utilisant la technique des « Personas » et à s'interroger sur leurs</p>	<p>Capacité à utiliser les méthodologies présentées en cours</p> <p>Qualité rédactionnelle sur le fond et la forme</p>

		besoins avec la carte d'empathie	
	C4. Faire émerger des idées disruptives développer ses capacités d'exploration heuristique en <ul style="list-style-type: none"> - S'appuyant sur les techniques de brainstorming et de créativité partagée - Utilisant des logiciels d'idéation - Encourageant la collaboration 	Organisation d'un concours de la meilleure carte heuristique de la promotion à partir de la production d'une carte heuristique réalisée en équipe d'abord en version manuelle puis avec un logiciel de Mindmapping	Nombre d'idées présentes dans la carte heuristique Degré d'inventivité des propositions Respect de la méthodologie présentée en cours Intégration d'autres outils de créativité présenté en cours Evaluation par les pairs
	C5 Manager une équipe projet <ul style="list-style-type: none"> - Recrutant les compétences nécessaires à la réussite du projet - Fédérant l'équipe projet autour des enjeux et des buts des projet - Définissant les principaux jalons du projet - Elaborant des indicateurs clés de pilotage partagés - Mettant en place des réunions de suivi régulières 	Rédaction de la charte de fonctionnement du groupe projet précisant les règles du jeu, les responsabilités, et les modalités de suivi de l'action collective en s'inspirant en partie du cadre de référence du Scrum	Capacité à respecter la méthodologie présentée en cours
	C6. Accompagner le changement en : <ul style="list-style-type: none"> - Identifiant les impacts du changement 	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'une carte des transformations permettant d'identifier les impacts dans les 	Respect et degré d'approfondissement de la méthodologie présentée en cours

	<ul style="list-style-type: none"> - Prenant en compte la perception des acteurs - Facilitant l'acceptabilité sociale du changement - Gérant les émotions collectives liées au changement 	<p>différents domaines et à différents horizons temporels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'une analyse politique du projet anticipant les risques à partir de la socio-dynamie 	
--	--	---	--

Référentiel d'activités Digital Business Developer	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation Définition des critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		Modalités	Critères
3. Utiliser efficacement les technologies informatiques et les logiciels métiers <i>Activités informatiques</i> <ul style="list-style-type: none"> - Utilisation de l'ordinateur de travail - Installation de logiciels - Maintenance de premier niveau du système d'exploitation - Traitement des pannes usuels - Gestion évolutive des ordinateurs et des logiciels - Utilisation des outils de la suite Microsoft : Traitement de textes, tableurs, Présentation - Formation les utilisateurs - Gestion de la documentation technique <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction de documents professionnel 	C1. Gérer son ordinateur en <ul style="list-style-type: none"> - Comprenant son architecture, son fonctionnement et celui du système d'exploitation - Assurant une maintenance évolutive régulière - Traitant les incidents et les pannes les plus fréquentes 	La promotion est divisée en x groupes de 4 étudiants. Chaque groupe propose à un autre groupe choisi de façon aléatoire 3 incidents ou pannes à résoudre Chaque groupe sera à la fois en position de questionneur et de répondeur. Le score obtenu au final sera constitué par la moyenne des deux expériences Le professeur joue le rôle d'arbitre en cas de litige	Clarté de la présentation des problématiques Qualité et efficacité des réponses fournies
	C2. Maîtriser la suite Microsoft pour :	L'ensemble des présentations et évaluations réalisées	Qualité des documents produits

<ul style="list-style-type: none"> - Réaliser des documents pour des présentations - Création, modification et signature de documents et formulaires - Prise de vue photographiques et Traitement d'images - Création de vidéos - Mise en pages de documents - Création de pages web 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecrire du texte avec Word - Analyser des données quantitatives avec Excel - Faire des présentations avec Power Point - Traiter des images avec Paint 	<p>au cours de la formation constitueront la base de l'évaluation</p> <p>Une partie des cours repose sur une démarche d'autodidaxie guidée à partir de la Solution ENI qui propose également de nombreux quiz</p>	<p>sur le fond et la forme</p>
<p>Analyse et traitement des données commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Statistiques de vente - Analyse de rentabilité - Statistiques de fréquentation - Tendances émergentes des marchés - Mesure de la satisfaction client - Création de tableaux de bord <p>Utilisation d'un logiciel de CRM pour gérer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les contacts et les prospects 	<p>C3 Réaliser des supports de communication adaptée au E – Commerce en maîtrisant des logiciels professionnels de la suite Adobe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PAO - Des logiciels de traitement d'images - Importation de vidéos 	<p>Réalisation de supports spécifiques à chaque catégorie de logiciel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour la PAO : Réalisation d'une fiche produite ou un document publicitaire - Choisir des images et les traiter pour illustrer la présentation d'un produit 	<p>Qualité technique et artistiques des supports proposés sur le fond et la forme</p> <p>Capacité à respecter une charte graphique</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Les opportunités d'affaires - Les demandes et les réclamations - Les actions marketing - Les processus liés à l'activité commerciale 		<ul style="list-style-type: none"> - Importation de vidéos dans un article 	
	<p>C4. Maitriser les techniques de base de la photographie et de la vidéo pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prendre des photos - Monter des films publicitaires - Faire des montages 	<ul style="list-style-type: none"> - Prise de photos dans le cadre d'un reportage et ou de la présentation d'un produit - Réalisation d'un reportage, d'un mode d'emploi ou d'une courte fiction 	<p>Qualité technique et artistique des supports présentés</p> <p>Dans le cas d'un jeu concours évalué par les pairs et les entreprises partenaires</p>
	<p>C5. Faire dialoguer les solutions digitales avec le système d'information de l'entreprise en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrivant l'architecture globale du SI - Faisant appel à des développeurs en cas de besoin pour créer une interactivité fonctionnelle 	<p>Etude de cas</p> <p>Quiz de connaissance</p>	<p>Compréhension systémique</p>

	<p>C6. Intégrer les apports des logiciels libres en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Découvrant l'histoire et le manifeste des logiciels libres et des modes de collaboration associés - Testant quelques alternatives au niveau du système d'exploitation (Linux) et des applications 	<p>Quiz de connaissance Récit d'expérimentations personnelles</p>	<p>Ancrage mémoriel et capacités réflexives sur ce sujet Capacité réflexives</p>
--	---	---	--

Référentiel d'activités Digital Business Developer	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation Définition des critères et les modalités d'évaluation des acquis	
4. Concevoir et réaliser un site de E-Commerce en utilisant les techniques de l'UX Design		Modalités	Critères
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse des besoins des clients et leur évolution. - Définir les étapes clés du parcours Client - Choisir la technologie la plus appropriée - Gérer les relations avec les prestataires experts (hébergeurs, développeurs...) - Concevoir la maquette du site : position des éléments, arborescence, architecture interactionnelle... - Réaliser un prototype et réaliser les corrections nécessaires - Mise en place un système de paiement adapté - Choisir un univers graphique cohérent avec l'activité du site - Etablir la charte graphique du site et assurer le suivi de la réalisation des 	C1 Analyser la demande client en : <ul style="list-style-type: none"> - Réalisant des interviews - Reformulant la demande pour bien identifier le besoin - Définissant des objectifs mesurables à atteindre - Décomposant le projet en actions séquencées dans le temps - Evaluant le temps et les ressources nécessaires pour faire une proposition tarifée - Mettant en place un contrat de prestation adapté 	<p>Les participants auront à réaliser un site en vraie grandeur soit pour des entreprises partenaires soit en lien avec un projet de création d'activités relevant de leur propre initiative.</p> <p>Cette expérience leur permettra de mettre à l'épreuve du réel toutes les compétences évoquées dans ce bloc</p>	<p>Cette compétence a déjà été évaluée dans le bloc 2. Elle sera rejouée cette fois à propos de la création d'un site ou de son évolution possible.</p> <p>Elle donnera lieu à la rédaction d'une note d'opportunité à partir de la méthodologie de gestion de projet présentée en cours appliquée à cette fois à la création d'un site.</p>

<p>éléments graphiques (illustrations, pictogrammes) en lien avec le client</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser et participer à la création du contenu éditorial (intégrer des textes, images, vidéos..., rédiger des newsletters, des notices d'utilisation, des présentations de produits...) - Corriger et optimiser le contenu, les fonctionnalités et l'interface graphique du site en fonction des besoins - Rédaction des conditions générales de ventes - Mise en place et gestion du Règlement Général sur la Protection des Données 	<p>C2. Découvrir les attentes des utilisateurs finaux en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définissant les profils types avec la technique des Personas - Réalisant des entretiens et des réunions avec les futurs utilisateurs (focus groupe) - Formalisant les points clés du parcours et de l'expérience Client 	<p>Dessiner les profils d'utilisateurs avec les cartes de Personas et les moments clés du parcours client</p>	<p>Choix de la méthodologie mobilisée</p> <p>Pertinence des propositions</p>
	<p>C3. Construire une équipe en définissant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mission, - Les objectifs - Les rôles - Les réunions - Les règles du travail collaboratif 	<p>Réalisation d'un dossier de modélisation du fonctionnement de l'équipe intégrant une autoévaluation du fonctionnement de l'équipe à partir du référentiel Scrum et sur un plan sociocratique</p>	<p>Intégration des principes, méthodes et outils présentés en cours</p> <p>Qualité des propositions</p>
	<p>C4. Construire un site de E-Commerce en mode responsive en :</p>	<p>Rédaction d'un cahier des charges</p>	<p>Qualité du cahier des charges</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Identifiant la solution technique la plus adaptée au projet bien adaptée à l'activité de l'entreprise et évolutive vers le M - Commerce - Définissant l'architecture et les arborescences du site en fonction des besoins des utilisateurs - Modélisant un premier projet correspondant aux besoins du client - Réalisant un premier prototype - Effectuant les évolutions nécessaires jusqu'à la mise en œuvre opérationnelle - Ajustant les codes du site si nécessaire - Installant une solution de paiement adaptée - Utilisant des marketplaces : E- Bay, Facebook, Amazon, Alibaba, etc... dans le cadre d'une stratégie multicanale 	<p>co – construit avec le client</p> <p>Réalisation d'un premier prototype validé par le client</p> <p>Réalisation du site en conformité avec le cahier des charges</p>	<p>Capacité à utiliser un logiciel de prototypage</p> <p>Validation par le client</p> <p>Pertinence et qualité rédactionnelle du cahier des charges</p> <p>Qualité du site en termes de fonctionnalités, design, en cohérence avec le cahier des charges</p>
--	---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Intégrant les apports de l'intelligence artificielle pour développer de l'interaction avec les clients - Faisant appel en cas de besoin des prestataires compétents – - Etant sensibilisé aux principaux langages utilisés dans les métiers du développement : HTML5, CSS, Javascript, PHP, Python 		
	<p>C5. Intégrer et ou créer les premiers contenus du site en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définissant avec le client une stratégie éditoriale adaptée à l'activité commerciale du site - Rédigeant des articles cohérents avec les attentes de l'audience - Mettant des titres et des intertitres attractifs - Identifiant les mots clés appréciés des systèmes de référencement (SEO) 	<p>Conception d'une stratégie éditoriale et d'une charte graphique</p> <p>Rédaction de 5 pages minimum respectant le cahier des charges</p>	<p>Clarté et cohérence des documents Choix des règles graphiques en phase avec l'univers graphique du site</p> <p>Qualité rédactionnelle et respect de la charte graphique</p> <p>Pertinence du choix des mots clés et</p>

	<ul style="list-style-type: none">- Utilisant une écriture multimédia (Texte, image, vidéo, musique)	Mise en place des premiers éléments du référencement Intégration des illustrations	mise en place d'un processus de culture numérique Qualité graphique et esthétique des illustrations
--	--	---	--

	<p>C6. Concevoir et réaliser des applications natives en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaissant les principes de fonctionnement des systèmes d'exploitation Android et ios - S'appropriant le modèle WPA (Web Progressive App) - Mettant en place des fonctions secondaires (Communauté, Chat, Carte de fidélité, coupon - Installant ces applications dans les magasins d'application tels que Google Play, App Store 	<p>Concevoir et réaliser une application reposant sur une technologie compatible avec Android et ios</p>	<p>Résultat du livrable en termes de fonctionnement, d'ergonomie et de design</p>
	<p>C7. S'appuyer sur les principes et les bonnes pratiques d'écoconception d'un site suggérées par le référentiel de conception numérique responsable</p>	<p>Réaliser une analyse de l'impact écologique d'un site et faire des suggestions techniques</p>	<p>Qualité de l'analyse Pertinence des suggestions proposées pour réduire l'impact écologique du site</p>

Référentiel d'activités Digital Business Developer	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation Définition des critères et les modalités d'évaluation des acquis	
5. Développer du trafic vers un site de E – Commerce avec les outils du webmarketing		Modalités	Critères
	C1. Identifier tous les canaux contribuant à la visibilité et au développement des ventes du site en <ul style="list-style-type: none"> - Choisissant les canaux les plus adaptés aux activités ou aux marchés de l'entreprise - Définissant les principaux messages à diffuser 	Etude de cas	Pertinence de la proposition
En mettant en place une démarche de référencement performante <ul style="list-style-type: none"> - Audit les sites web et analyser leur audience - Choix des mots pour le référencement du site ou des sites de l'entreprise sur les principaux moteurs de recherche (Google, Bing, etc.) 	C2. Mettre en place un référencement performant en <ul style="list-style-type: none"> - Comprenant les règles des principaux moteurs de recherche - Pratiquant un référencement naturel - Optimisant les contenus - En échangeant des liens avec des partenaires 	Entraînement sur un cas concret	Pertinence de la proposition

<ul style="list-style-type: none"> - Aide à la décision sur la stratégie d'acquisition de référencement (référencement naturel, amélioration de la structure du site, optimisation du contenu via mots clés, achat de mots clés, réseaux sociaux) - Optimisation de la structure du site et de chacune de ses pages afin de favoriser son indexation - Analyse quotidienne des résultats - Veille sur les algorithmes de référencement des moteurs de recherche et les techniques de référencement 	<ul style="list-style-type: none"> - Mettant en place la technique dite de couture numérique - Choisisant les bons mots clés - Utiliser les plates formes de référencement payant - Evaluant régulièrement l'évolution du positionnement du site sur les mots clés adaptés avec des solutions adaptées type Google Analytic ou Rank, etc... 		
<p>En mettant en place des actions de web marketing efficaces</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conception une démarche de marketing opérationnel performante - Réaliser des campagnes de e-mailing - Envois réguliers des newsletters - Organiser des événements digitaux : webinaires, etc... 	<p>C3. Concevoir et lancer des campagnes d'emailing en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Constituant des fichiers de prospects ciblés - Concevant des messages impactants - Utilisant des logiciels d'envoi d'emails en mode Saas d'envoi - Traitant les réponses 	<p>Réaliser une campagne en vraie grandeur pour des entreprises partenaires</p>	<p>Respect de la législation</p> <p>Analyse de la performance réalisée</p> <p>Qualité des choix des propositions d'optimisation</p> <p>Aptitude à utiliser les logiciels</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Concevoir et réaliser des actions promotionnelles - Utiliser les outils de l'IA pour communiquer en direct avec les clients lorsqu'ils visitent le site <p>En communiquant régulièrement sur les réseaux sociaux pour maintenir et développer la notoriété de l'entreprise et fidéliser</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analysant les résultats de chaque action 		<p>d'analyse du positionnement</p>
	<p>C4. Communiquer et vendre avec les réseaux sociaux en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Négociant, si besoin, avec des prestataires spécialisés - Choissant le réseau social le plus adapté à la cible - Utilisant les fonctions approfondies de chaque type de réseau social - Créant une page Entreprise - Construire une boutique - Animer une communauté - Evaluer les résultats des actions menées 	<p>Réalisation d'une campagne en vraie grandeur pour des entreprises partenaires ou études de cas.</p>	<p>Impact de l'action sur la fréquentation du site Qualité de la segmentation Qualité des contenus proposés Analyse des résultats</p>

	<p>C5. Lancer des campagnes de E – Publicité en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Négociant (si besoin) avec des prestataires spécialisés - Segmentant les catégories de publics concernés - Choissant la régie la plus adaptée au - (Google Ads, Bing Ads, Facebook, Marketing LinkedIn, etc..) - Définissant un budget - Créant une annonce percutante - Utiliser les relations de presse par Internet - Analysant les résultats des campagnes 	Etude de cas	<p>Choix des prestataires Pertinence de la segmentation Mise en place d'un budget prévisionnel Qualité des messages publiés Maîtrise technique d'une régie</p>
--	--	--------------	--

Référentiel d'activités Digital Business Developer	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation Définition des critères et les modalités d'évaluation des acquis	
6. Développer des ventes par internet et gérer la relation Client		Modalités	Critères
<ul style="list-style-type: none"> - Diagnostic de l'activité commerciale de l'entreprise - Proposition de pistes d'optimisation - Conception et mise en œuvre du Plan d'action commerciale dans les zones de responsabilisation qui sont les siennes - Gestion d'un portefeuille de clients et prospects - Vente des produits et des solutions adaptées à ses clients aux besoins des clients - Réalisation d'action promotion de l'offre de services ou de produits de l'entreprise - Prospection de nouveau marchés et pu client - Rendre compte de son activité commerciale 	C1. Réaliser un diagnostic commercial de l'activité commerciale <ul style="list-style-type: none"> - Analysant les résultats de la période précédente - Définissant des objectifs prioritaires en termes de volume, de marge, de catégories produits, clients etc... - Formalisant un plan d'actions séquencées dans le temps - Définissant des indicateurs de pilotage 	Réalisation d'un diagnostic commercial pour des entreprises partenaires ou étude de cas	Respect de la méthodologie et cohérence du plan d'action
	C2. Contribuer à l'optimisation du fonctionnement du service en <ul style="list-style-type: none"> - Faisant un diagnostic systémique du fonctionnement du service commercial - Proposant des axes d'amélioration à partir d'une démarche participative 	Réalisation d'un diagnostic de fonctionnement d'un service en réel ou Etude de cas	Capacité à réaliser une analyse systémique du fonctionnement du service et à hiérarchiser les priorités d'actions Capacité à associer les acteurs à la

<ul style="list-style-type: none"> - Evaluation des actions et présentation au Manager - Mise en place un système de suivi des livraisons que les clients peuvent consulter - Gestion des litiges commerciaux en lien avec le client et l'équipe projet - Suivre le règlement des factures pour respecter les délais convenus contractuellement sur son périmètre commercial - Collaboration avec le service logistique de l'entreprise - Suivi les commandes des clients (création, traitement, livraison, facturation...) - Assurer un service client de qualité (gérer les demandes d'information, les litiges, vente d'options et renouvellement, ...) - Collaboration avec le recouvrement en cas de besoin 			<p>résolution collective des problèmes en proposant des méthodologies d'intervention participatives qui pourraient être utilisées</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Surveille la solvabilité financière des clients 	<p>C3. Vendre et négocier avec talent en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaissant les caractéristiques des produits et des services 	<p>Etude de cas et mise en situation à partir de jeux</p>	<p>Respect de la méthodologie</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Conduisant des entretiens de vente de qualité prenant réellement en compte les besoins des clients - Négociant avec habileté des contrats d'affaires créant de la valeur pour le client et l'entreprise - Rédigeant ou faisant rédiger des contrats commerciaux adaptés - - Utilisant un système de gestion informatisé de la relation commerciale 	<p>de rôles inspirés de situations réelles fournis par les entreprises partenaires</p>	<p>Capacité à négocier avec respect et équité pour les parties prenantes</p>
	<p>C4. Gérer la relation client en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développant une attitude de service à son égard - Traitant avec courtoisie les litiges - Mesurant régulièrement sa satisfaction 	<p>Etude de cas portant sur un litige client tiré de situations réelles fournies par les entreprises partenaires</p> <p>Evaluation par les pairs et le professeurs</p>	<p>Capacité d'analyse des comportements mise en scène et application d'une méthodologie de traitement des litiges</p>

	<p>C5. Utiliser efficacement un CRM en :</p> <ul style="list-style-type: none">- Connaissant la diversité des modèles de CRM- Choissant celui qui est le plus adapté à l'activité de l'entreprise- Utilisant les principales fonctionnalités d'un logiciel de traitement de données quantitatives	<p>Test de l'utilisation d'un logiciel de CRM type Salesforce</p>	<p>Compréhension des fonctionnalités</p>
--	--	---	--