

<b>Animateur e-Commerce</b>	<b>Informations générales sur le public de la formation :</b> Public – Tout public Prérequis : Avoir des connaissances dans le secteur du web Nombre de stagiaires Max : 16
	<b>Informations générales sur la formation :</b> Durée de la formation : 350 h Durée en entreprise : 105 h  Type de validation : Attestation de formation

Blocs de Compétences	Volume Heures	Volume total de la formation : 350 h
<b>Bloc A – Démarrage de sa formation et organisation son apprentissage</b>	<b>70</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>
Se mettre dans les meilleures conditions pour démarrer et réussir sa formation	28	Apprendre à apprendre pour performer dans son parcours de formation S'initier à une méthode agile de gestion de projet Intégrer les fondamentaux de la gestion du temps et maîtriser son organisation de travail Comprendre les différents temps du programme de formation et en entreprise (postures professionnelles, obligations et devoirs), acquisition de compétences et évaluations
Découvrir la richesse et l'étendue des fonctions d'un Animateur e-Commerce	21	S'imprégner des bases du web pour être plus à l'aise dans un environnement digital Découvrir les différentes missions d'un Animateur e-Commerce Comprendre les spécificités du métier de Chargé de Référencement Web Détecter les qualités et aptitudes à développer dans les fonctions d'un Animateur e-Commerce
Appui aux apprentissages	21	Mettre en perspective son profil personnel et professionnel Construire ses stratégies d'apprentissage Avoir les clés pour mieux apprendre et s'organiser dans son travail.
<b>Bloc B – Fondamentaux du e-Commerce</b>	<b>98</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>
Comprendre l'animation de la politique commercialisation en ligne	49	Appréhender la culture générale Web Décliner une stratégie Webmarketing de 1 <sup>er</sup> niveau Mesurer l'audience, le suivi statistique Maîtriser le niveau 1 de Google Analytics Identifier et qualifier le comportement du cyberacheteur
Animer des ventes en ligne	49	Concevoir et administrer un emailing Animer une communauté à travers les réseaux sociaux Mettre en place une gestion / webmerchandising sur une boutique en ligne (solutions web "mass market" PrestaShop, Oxatis, Shopify, Wizishop, WooCommerce, ...) Utiliser les différents systèmes de paiement en ligne
<b>Bloc C – Outils et méthodes du e-Commerce</b>	<b>168</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>
Optimiser le référencement d'un site e-commerce	56	Appréhender le référencement naturel et les moteurs de recherche Connaître le fonctionnement de base des moteurs de recherche et algorithmes de Google Maîtriser la gestion d'une campagne référencement payant Google Adwords Niveau 1 Organiser sa veille SEO sur Internet
Rédiger et produire des contenus pour le web	56	Savoir écrire pour le Web (newletters, e-mailing, ...) Appliquer les règles et principes de communications visuelles sur le web Gérer les images sur le web, utiliser un logiciel de traitement d'images. Produire et diffuser de la vidéo pour le e-commerce Connaître les sources de droits et règles applicables aux relations entre professionnels et e-consommateurs (conditions générales de vente (CGV) / conditions générales d'utilisation (CGU), RGPD, ...)

Piloter un projet e-commerce	56	Rédiger action du cahier des charges d'un projet e-commerce Animer un réseau e-commerce Développer les partenariats et liens commerciaux Mettre en place une plateforme web "mass market" e-commerce
Types d'évaluations	14	Evaluation
Evaluation de blocs en cours de formation	14	
Volume horaire intégrant les évaluations	350 h	