

SP4 STRATÉGIE E-COMMERCE

TITRE RNCP : MANAGER DE LA STRATÉGIE DIGITALE

SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7

910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX

CODE RNCP 37793 | CODE DIPLÔME 16X32014

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 87%* | TAUX DE DIPLOMATION - 99%

ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

ALTERNANCE EN 24 MOIS

SP4 INITIAL

ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE

ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL

BORDEAUX - LYON

21 100 €

9 800 €

10 800 €

10 300 €

PARIS

21 450 €

9 950 €

10 950 €

10 450 €

Le e-commerce représente 14,1% du commerce de détail en France, selon la Fédération de la vente à distance (FEVAD) et il a presque doublé en 5 ans. Ce programme vise à former des professionnel-le-s du e-commerce généralistes capables de créer ou de reprendre une activité de vente en ligne, de la piloter et de l'optimiser. Il permet aussi d'acquérir les compétences techniques et stratégiques spécifiques au e-commerce avec une forte orientation business propre aux marques et aux entreprises de ce secteur.

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Analyser un marché et l'environnement concurrentiel d'une marque digitale

Poser le bon diagnostic à partir des outils e-commerce de référence et intégrer des dimensions stratégiques multiples permet aux étudiant-e-s d'appréhender la complexité et la diversité de l'univers de la vente en ligne, dans la **définition et la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale**.

> Positionner une marque digitale dans un contexte e-commerce très innovant

Savoir construire une offre de produits et/ou de services et imaginer une expérience client différenciante sont les compétences indispensables à la réussite d'un site marchand. **Définir et piloter la stratégie marketing digital de l'entreprise**. Tout en respectant un cadre législatif et technique sous contrainte.

> Élaborer une stratégie de communication e-marketing dans une logique d'acquisition et/ou de fidélisation de leads à forte valeur ajoutée

Il s'agit d'apprendre à concevoir, à planifier et à budgéter un dispositif de communication multicanal efficace à partir d'objectifs précis de notoriété et de chiffre d'affaires **en élaborant une stratégie data driven marketing**.

> Mettre en œuvre une campagne de communication digitale et animer un site e-commerce

Les étudiant-e-s appréhendent les outils et les méthodes propres au déploiement, au suivi et à l'optimisation des campagnes d'acquisition mais aussi à l'animation de la communauté et de la relation client, **afin d'apprendre à piloter et coordonner les outils du marketing digital**.

> Manager un projet et une équipe pluridisciplinaire

Collaborer, décider voire diriger sont des aptitudes professionnelles que les étudiant-e-s expérimentent au quotidien dans de nombreux enseignements lors de travaux pratiques, d'ateliers et de mises en situation afin de savoir par la suite **gérer une agence de communication digitale ou un service et animer des équipes**.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 24 mois à partir de septembre.

Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines du digital, de la communication, du marketing, du webmarketing et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'école (ou équivalent s'il s'agit d'un-e candidat-e étranger).

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur alternance ou leur stage (alterné). Il-Elles bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

Immersion

Le programme est axé sur la mise en situation immersive et sur les formats innovants qui rythment chaque année de M1/M2 (Conférences, visites, bootcamp, hackathon, masterclass).

Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-le-s du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

Blocs de compétences de la certification

Bloc 1 - Définir la stratégie digitale d'une marque

Bloc 2 - Organiser la mise en œuvre opérationnelle du projet digital

Bloc 3 - Déployer le projet digital de la marque

Bloc 4 - Piloter et manager la performance au service de la réalisation du projet

Bloc 5 - Piloter la stratégie e-commerce

— ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Stratégie de communication globale et plateforme de marque
- Stratégie d'acquisition digitale
- Conception et animation d'un site e-commerce
- E-merchandising et catalogue produits
- UX design et stratégie éditoriale
- Media planning
- Référencement d'un site e-commerce (SEO/SEA)
- Réseaux sociaux et Social Media Optimisation (SMO)
- CRM et data marketing
- Web analytics
- Mesure de la performance et KPI e-business
- Excel et tableaux de bord (e-learning)
- Management collaboratif
- Droit du web et du e-commerce

Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- Business Game
- Études de cas Business 1 & 2
- Stratégie e-commerce
- Pilotage business unit e-commerce
- Création et stratégie de contenu
- E-merchandising et upselling
- Media planning
- UX design e-commerce
- SEO e-commerce
- SEA Avancé
- Acquisition et growth hacking
- CRM et fidélisation client
- Supply chain management
- Web analytics
- Pilotage de la performance et des objectifs e-business
- Management d'équipe et gestion de projet
- Droit européen (RGPD) et protection des données

— PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 120 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Il s'agit d'une mise en situation professionnelle. Pendant deux semaines, nos apprenant.e.s travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou l'annonceur pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative. Ce travail transversal est réalisé collectivement avec une répartition des attendus en fonction des compétences, sous forme de proposition d'agence.

Grand oral

Épreuve phare de fin d'année devant un jury de professionnel.le-s, les étudiant.e-s argumentent à l'oral sur un sujet de veille et tendances dans les domaines de la communication et du marketing et défendent leur point de vue.

Le projet professionnel : Créer sa start-up

Les apprenant.e-s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce fil rouge. Il.elle.s auront un an pour acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer leur propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur Omnes Education pour être accompagné.e.s afin de déployer réellement leur concept.

— MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 30 - 35k€)

- Responsable de la stratégie digitale
- Chef-fe de projet digital /web
- Responsable e-commerce
- Traffic Manager / Webmarketer
- Chef-fe de projet e-commerce
- Responsable acquisition/fidélisation
- Directeur-riche e-commerce