



en partenariat avec la



# BACHELOR EUROPÉEN E-COMMERCE

**FORMATION EN ALTERNANCE** *Code RNCP : En cours*

## Conditions d'accès

Accessible à tout titulaire  
d'un Bac +2  
donnant 120 ECTS

## Contact

Scannez ce QR Code  
pour entrer en contact  
avec votre Chargé.e  
de Relation Clients :



# BACHELOR EUROPÉEN E-COMMERCE

Éligible CPF



Prérequis Bac+2  
ou titre de niveau 5



Durée  
1 an



Formation  
rémunérée



Réseau d'entreprises  
partenaires



Campus  
de Tours

TARIFICATION | **Dispositif apprentissage** : Tarification selon le niveau de prise en charge par certification et par branche précisé dans le référentiel publié par France Compétences | **Autres dispositifs** : Nous consulter.



## MÉTIERS / OBJECTIFS PROFESSIONNELS VISÉS

Au sein de son entreprise le/la chargé(e) de e-commerce est amené à gérer et développer les activités commerciales et de marketing omnicanal. Sa mission principale est d'élaborer une stratégie, permettant d'assurer le fonctionnement efficace des ventes et de générer des bénéfices tout en garantissant une expérience client de qualité.

Il/Elle a trois objectifs principaux : accroître la notoriété de l'entreprise, fidéliser la clientèle existante et mettre en place des stratégies d'acquisition de clients.

Ses missions sont de :

- Assurer la gestion des ventes en supervisant les opérations quotidiennes de la boutique en ligne, telles que la mise à jour des produits, la gestion des stocks, le traitement des commandes...
- Développer une communication on-line et off-line (brand management)
- Créer et mettre en place des stratégies commerciales, visant à augmenter le trafic du site web, à stimuler les ventes et à fidéliser la clientèle...
- Créer et rédiger du contenu éditorial varié, tels que des textes, des articles, des vidéos, des infographies, des visuels, des jeux concours, etc.

- Prendre en compte les canaux de vente et proposer des orientations innovantes en fonction de l'évolution du marché, des changements technologiques ainsi que des comportements des clients.
- Effectuer une veille concurrentielle en analysant les médias sociaux, puis sélectionner, éditer et partager des contenus pertinents sur le web.
- S'occuper du service client, en répondant aux questions des clients via différents canaux de communication tels que le chat en direct, les échanges téléphoniques, les e-mails, les réseaux sociaux...
- Développer des partenariats, afin d'élargir la portée de la marque, accéder à de nouveaux marchés et renforcer la crédibilité et la visibilité de l'entreprise.



### LE PLUS DU BACHELOR EUROPÉEN E-COMMERCE

Cette formation a l'avantage de vous proposer une double certification :

- Le Bachelor européen E-commerce de la FEDE : diplôme européen - 60 crédits ECTS • Le titre RNCP

## PUBLIC VISÉ

- L'apprenant doit être titulaire d'un diplôme de niveau Bac+2 ou d'un titre enregistré au RNCP de niveau 5.
- Une appétence pour le secteur des technologies et des réseaux sociaux est favorable pour intégrer cette formation.
- Avoir le sens de la négociation, de l'observation et de l'écoute ainsi que le sens du relationnel et de la créativité.

## DESCRIPTIF DE LA FORMATION

**+ CONTENU DE LA FORMATION** Formation sur 1 an ; Durée : 575 heures en centre de formation

Bachelor Européen E-commerce	Volumétrie	ECTS
<b>UED : Expertise professionnelle</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• UC D31.1 : Développement marketing et commercial</li><li>• UC D31.2 : E-commerce</li><li>• UC D32 : Epreuve professionnelle de soutenance</li></ul>	235 h 185 h 40 h	42
<b>UEB : Langue vivante Anglais</b>	60 h	12
<b>UEA : Culture et Citoyenneté Européenne</b>	50 h	6
<b>Accompagnement socio-professionnel</b>	5 h	-
TOTAL	575 h	60

## + OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation permet d'acquérir des compétences réparties sur 3 unités d'enseignements clés :

### 1/ L'EXPERTISE PROFESSIONNELLE

Elle permettra à l'apprenant d'acquérir des compétences en analyse et résolution de problèmes en marketing et e-commerce à l'échelle nationale et européenne.

#### 1.1/ DÉVELOPPEMENT MARKETING ET COMMERCIAL

MARKETING STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL :

- Identifier les enjeux du plan Marketing
- Interpréter le plan stratégique d'une entreprise.
- Savoir rédiger et piloter un plan Marketing stratégique et opérationnel en intégrant la dimension commerciale.

CRM : OPTIMISER LA GESTION DE LA RELATION CLIENT :

- Identifier les enjeux et maîtriser les principes fondamentaux du CRM.
- Savoir formaliser les modes opératoires et les process client.
- Définir l'approche projet pour coordonner et piloter un projet CRM.

DROIT DU MARKETING :

- Savoir réguler le marché des produits et des clients, ainsi que la relation contractuelle avec le consommateur.
- Connaître les règles juridiques qui s'appliquent aux actions de marketing et de communication.

MARKETING B TO B ET E-MARKETING :

- Appréhender les principes fondamentaux et s'approprier les outils du marketing B to B afin de déterminer les spécificités de l'environnement, de faire l'analyse des comportements, l'identification des clients (...).
- Saisir les enjeux et les avantages du e-marketing afin d'élaborer une stratégie pertinente et opérationnelle.
- Identifier les éléments clefs d'une stratégie e-business.

STRATÉGIE DES MARQUES (BRAND MANAGEMENT) :

- Définir les éléments constitutifs d'une marque pour construire son identité de marque.
- Comprendre la relation des clients à la marque.

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL :

- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de prospection omnicanale.
- Élaborer et négocier une offre commerciale.
- Coordonner et animer l'action commerciale en mode projet.

#### 1.2/ E-COMMERCE

STRATÉGIE E-COMMERCE :

- Développer une stratégie E-commerce en s'appuyant sur les données et analyses marketing de l'entreprise.
- Comprendre et maîtriser les différents outils, étapes, méthodes et techniques pour mettre en œuvre une stratégie et piloter un projet e-commerce.
- Savoir évaluer les performances d'un site pour bâtir des plans d'actions en utilisant la data.

CADRE LÉGAL DE LA VENTE EN LIGNE :

- Connaître les règles de droit encadrant l'activité commerciale sur internet pour s'assurer de la conformité des actions menées.

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE ET FONCTIONNEL D'UN SITE E-COMMERCE :

- Maîtriser l'environnement technique et les fonctionnalités entourant la création et la gestion d'une boutique en ligne, afin d'organiser et d'optimiser l'environnement logistique d'un site E-commerce.



MÉTHODES DE PROJETS ET MESURES DE LA PERFORMANCE :

- Maîtriser les méthodes de gestion d'un projet E-commerce.
- Mesurer les performances d'un site et piloter la stratégie par la data.

LES LEVIERS D'ACQUISITION DE TRAFIC D'UN SITE E-COMMERCE :

- Distinguer les différents leviers d'acquisition de trafic web pour identifier les combinaisons possibles.
- Concevoir une stratégie de campagnes de conquête et piloter les actions associées afin d'optimiser ses actions.

MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT D'UN SITE E-COMMERCE :

- Concevoir une stratégie cross-canal efficiente.
- Maîtriser les techniques et les outils pour optimiser la fidélisation client en ligne.
- Analyser les parcours utilisateurs sur un site e-commerce pour identifier les freins et leviers à la conversion.
- Améliorer le taux de conversion en mobilisant les techniques et fonctionnalités favorisant l'achat en ligne.

#### 2 / LA LANGUE VIVANTE EUROPÉENNE

L'objectif de cette unité permettra d'acquérir le niveau B1 (écrit et oral) en Anglais.

- Comprendre les points essentiels au cours d'une discussion simple autour d'un sujet professionnel. Être en capacité de présenter un projet et diverses situations.
- Être capable de communiquer à l'écrit et de rédiger un discours simple avec des idées cohérentes à des clients ou des collaborateurs.

#### 3 / LA CULTURE ET CITOYENNETÉ EUROPÉENNE

Elle apporte la dimension européenne à la formation et permet une vision de parcours ou une future collaboration professionnelle à l'internationale. Au cours de cette unité, l'apprenant se verra parcourir 2 modules :

LE PROJET EUROPÉEN : CULTURE ET DÉMOCRATIE POUR UNE CITOYENNETÉ EN ACTION

- Comprendre le modèle européen, y compris ses dimensions historiques, culturelles, poli-

tiques et juridiques.

- Développer des connaissances interculturelles, mener une réflexion critique sur l'avenir de la construction européenne.

LE MANAGEMENT INTERCULTUREL ET LES RESSOURCES HUMAINES

- Comprendre et valoriser la diversité culturelle afin de développer une culture du « vivre ensemble » et développer sa capacité à interagir et travailler avec des personnes ayant des références culturelles différentes.
- Connaître les principes fondamentaux du droit européen du travail et les stratégies européennes.

## + MODALITÉS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Le choix pédagogique est basé sur un modèle de formation multimodale (Blended Learning, apprentissage hybride...) afin d'associer plusieurs modalités d'apprentissage.

En s'appuyant notamment sur des outils et ressources numériques, elle combine séquences d'apprentissage en présentiel et à distance synchrone et/ou asynchrone. L'hybridation est majoritairement en présentiel mais également en distanciel notamment sous forme de capsules de formation numériques et de classes virtuelles. Pour favoriser l'apprentissage des logiciels numériques spécifiques dédiés au marketing et au e-commerce sont utilisés tels que : Canva pro, Wordpress, Affinity et PrestaShop. Le développement d'une pédagogie de projets offre la possibilité de prévoir des projets transversaux interdisciplinaires ou des projets prédéfinis.



## + TUTORAT PÉDAGOGIQUE

L'appui par un formateur référent est assuré tout au long du parcours pédagogique. Il porte sur le suivi des acquisitions en cours de formation et en situation professionnelle et prend la forme d'entretiens de tutorat. Il permet l'ajustement du parcours de formation.

Via le progiciel Yparéo, chaque apprenant dispose d'un espace numérique personnel et est suivi tout au long de sa formation tant au sein de l'organisme de formation (évaluation,

bilans de formation et entretiens), qu'en entreprise (visites, échanges avec le tuteur-entreprise).

## + CERTIFICATION

L'obtention du diplôme (de niveau 6) est soumise à 2 conditions :

- Validation du rapport d'activités et de la soutenance en fin de parcours.
- Validation des Unités d'Enseignement sous la forme de contrôles continus et d'épreuves ponctuelles.

# ORGANISATION DE LA FORMATION

## + POSITIONNEMENT EN ENTRÉE DE FORMATION

Un entretien conseil sera dans un premier temps mené par le Chargé de Relation Client. Celui-ci s'assure des pré requis nécessaires à l'entrée en formation.

Dans un second temps, selon les besoins, une étude plus approfondie sera effectuée par un chef de projet en design de parcours.

## + DURÉE DE LA FORMATION

• Formation sur 1 an. **Durée** : 575 heures en centre de formation

## + POINTS FORTS

- Un parcours d'accompagnement à la détermination du projet d'orientation est proposé au candidat en amont de son entrée en formation ainsi qu'une aide à la recherche d'entreprises permettant la signature d'un contrat en alternance. (Accompagnement méthodologique, espaces ressources, mise en relation avec les entreprises partenaires)
- Une relation partenariale de proximité : un accompagnement personnalisé en formation et des contacts réguliers avec l'entreprise.

• Une équipe d'intervenants issus du milieu professionnel de l'entreprise, des liens forts et durables avec les instances professionnelles et partenaires territoriaux.

• Mise en œuvre de projets (intégration du handicap, mobilité Erasmus) ...

• Un référent handicap accompagne l'apprenant tout au long de son parcours de formation, notamment pour l'aménagement de la formation et des modalités de certification.

## + EMPLOYABILITÉ ET POURSUITE D'ÉTUDES

Après l'obtention du Bachelor, l'apprenant se verra en capacité d'exercer des professions dans le marketing et le e-commerce, tels que par exemple :

- Chargé(e) de e-commerce
- Chargé(e) de webmarketing
- Chargé(e) de développement marketing et commercial
- Chef de produit e-commerce
- Chef de projet e-commerce

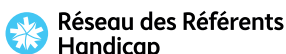
### Possibilité de poursuite d'études :

Le Bachelor donne accès à une première année de Master ou de Mastère ou d'école de commerce.



## DEVENIR ALTERNANT.E EN 6 ÉTAPES AVEC AFTEC FORMATION

- 01 PRÉINSCRIPTION**  
Remplir le formulaire de préinscription sur [formation-aftec.com](http://formation-aftec.com), rubrique Alternance/devenir alternant.
- 02 TEMPS D'INFORMATION**  
Participer à un temps d'information bimensuel dans notre établissement ou en distanciel ;  
**Vous recevrez des informations sur :**
  - Le contrat d'apprentissage et de professionnalisation.
  - La formation choisie, le contenu, les finalités professionnelles, les activités à réaliser en entreprise, les débouchés et poursuites d'études.
  - Télécharger un dossier de candidature.
- 03 INSCRIPTION**  
Retourner le dossier de candidature, puis prendre rendez-vous avec un **Chargé de Relation Clients**.
- 04 ENTRETIEN D'ADMISSIBILITÉ**  
Voir calendrier des restitutions de dossiers et entretiens d'admissibilités
- 05 ENTRETIEN CONSEIL**  
**Vous recevrez des informations et conseils sur :**
  - La recherche d'entreprises
  - La rédaction de votre CV et la lettre de motivation
  - L'entretien de recrutement
  - Votre projet professionnel
  - Des réponses à toutes vos questions...
- 06 RECHERCHE ET SIGNATURE D'UN CONTRAT**  
**Proposer votre candidature** (CV + lettre de motivation) **aux entreprises afin de signer un contrat d'alternance.**
  - Communiquer avec le Chargé de Relation Clients sur l'avancée de vos recherches.
  - Faire valider par le Chargé de Relation Clients les activités proposées par l'entreprise qui recrute.
  - Signer le contrat d'alternance avec l'aide du Chargé de Relation Clients.



22 av. des Droits de l'Homme - 45000 ORLÉANS | 02 38 22 13 00  
244 rue Giraudeau - 37000 TOURS | 02 47 36 20 50  
2 rue Bernard Palissy - 37500 CHINON | 02 47 93 43 00

**aftec**  
Alternance Post-Bac  
& Formation Professionnelle

[www.formation-aftec.com](http://www.formation-aftec.com)  
[info@formation-aftec.com](mailto:info@formation-aftec.com)