Responsable e-commerce (H/F)

E-COMMERCE

DESCRIPTION DE L'EMPLOI

Le responsable e-commerce a la responsabilité du développement des ventes de l'entreprise sur Internet.

Il définit, en accord avec la direction commerciale, la stratégie commerciale associée au commerce électronique en cohérence avec la stratégie marketing et multicanale de l'entreprise.

Il établit un plan d'action opérationnel et identifie les moyens techniques et financiers nécessaires pour accroître les ventes en ligne des produits ou services proposés par l'enseigne et développer le chiffre d'affaires.

Il planifie, coordonne, suit les budgets alloués et supervise les projets ou les études nécessaires à l'évolution et au développement e-commerce de l'enseigne en veillant au respect des délais et des objectifs fixés.

En interne, il encadre une équipe de chefs de projet dédié au e-commerce et à l'externe il pilote les prestataires sur les projets de création et/ou de développement e-commerce de l'enseigne.

Il suit avec précision les indicateurs de résultat et identifie les leviers nécessaires pour générer plus de trafic sur le site e-commerce de l'enseigne et optimiser la performance et l'efficacité des actions afin d'atteindre les objectifs.

CONDITIONS D'EXERCICE

Il exerce ses fonctions au sein d'une enseigne de magasins spécialisés en bijouterie-horlogerie.

ACCÈS À L'EMPLOI

L'emploi est accessible à partir d'un **diplôme de niveau bac + 5 dans le domaine du commerce digital, digital marketing ou e-business.** Une expérience significative dans des fonctions intermédiaires, dans le digital marketing est nécessaire pour accéder aux fonctions de responsable e-commerce.

Une pratique de l'anglais commercial et technique est requise.

Formations possibles (liste non exhaustive)

- **MASTER** - Commerce et distribution
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager marketing data et commerce électronique
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager développement et performance commerciale
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de commerce et de centre de profit
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
- **Titre à finalité professionnelle** - Directeur commercial marketing et stratégie digitale

AUTRES APPELLATIONS

- Responsable e-business
- Responsable du commerce en ligne/électronique

MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir la stratégie commerciale liée au commerce électronique** en cohérence avec la stratégie marketing et multicanale de l'enseigne.
- **Élaborer un plan d'action opérationnel** et **identifier les moyens techniques et financiers** nécessaires pour accroître les ventes en ligne.
- **Planifier, coordonner et suivre les projets et les budgets alloués**.
- **Piloter les prestataires impliqués** dans les projets de création et/ou de développement e-commerce de l'enseigne.
- **Manager, gérer et accompagner l'équipe e-commerce**.
- **Suivre, analyser et optimiser la performance e-commerce** de l'enseigne.

RELATIONS FONCTIONNELLES

EN INTERNE : Selon l'organisation de l'entreprise, le responsable e-commerce intervient sous la responsabilité du directeur général ou est rattaché à au directeur e-commerce de l'enseigne. Il est en relation permanente avec son équipe composée de chefs de projet. Il travaille en collaboration avec différents départements de l'enseigne : marketing, commercial, ressources humaines...

EN EXTERNE : Il est en relation avec les fournisseurs, les prestataires de solutions et de promotion liées au commerce en ligne.

MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

Le responsable e-commerce peut évoluer vers des postes de directeur e-commerce, digital, marketing, commercial.

Responsable e-commerce (H/F)

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Participer à la stratégie e-commerce

- **Effectuer une veille sur les évolutions du marché, l'environnement concurrentiel, les résultats commerciaux, les nouvelles tendances et les évolutions des comportements d'achat en ligne** pour identifier des opportunités de développement et anticiper les besoins.
- **Représenter l'entreprise auprès d'acteurs stratégiques**, lors d'événements professionnels, entretenir et développer son réseau professionnel en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.
- **Élaborer la stratégie e-commerce** de l'enseigne en cohérence avec la stratégie commerciale, marketing et omnicanale de l'enseigne.
- **Définir le plan d'action et les projets nécessaires à l'évolution de la stratégie e-commerce** et au développement (y compris en matière de sécurité), la gestion, l'animation du site e-commerce.
- **Déterminer un budget prévisionnel** et identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre du plan d'action.
- **Participer**, le cas échéant, en lien avec la direction marketing, à **l'élaboration de la stratégie marketing** permettant de communiquer, promouvoir les produits et faciliter les ventes en ligne.

Piloter la mise en œuvre de la stratégie e-commerce

- **Déployer le plan d'action**, coordonner les moyens nécessaires et suivre sa mise en œuvre en conformité avec les orientations et objectifs définis.
- **Garantir la bonne application de la stratégie e-commerce** au niveau de l'équipe.
- **Suivre les budgets alloués**, identifier, le cas échéant, les écarts budgétaires.
- **Sélectionner et piloter un ou plusieurs prestataires** et assurer le suivi et le contrôle de la prestation.
- **Sélectionner et négocier avec les partenaires externes** tels que les fournisseurs de solutions technologiques, les prestataires de services… pour optimiser les processus e-commerce de l'enseigne.
- **Travailler en concertation avec les équipes internes** (marketing…) et externes pour développer les projets et veiller à leur cohérence.
- **Définir et piloter**, le cas échéant, des **axes de progrès** auprès des équipes internes et externes pour atteindre les objectifs fixés.

Analyser les performances e-commerce de l'enseigne

- **Concevoir les tableaux de bord** de gestion et de suivi liés à l'activité.
- **Analyser les indicateurs de performance** et valider l'atteinte des objectifs.
- **Évaluer la performance et l'efficacité des actions**, identifier et définir, le cas échéant, des axes d'amélioration et d'évolution ; piloter leur mise en œuvre.
- **Assurer des reportings réguliers** à la direction.

Manager l'équipe e-commerce

- **Communiquer et informer sur les orientations et les objectifs de la stratégie** et du plan d'action.
- **Définir et communiquer sur les objectifs individuels et collectifs** de l'équipe.
- **Veiller à l'atteinte des objectifs** collectifs et individuels.
- **Animer**, motiver et encourager les initiatives.
- **Anticiper et gérer les difficultés**, les conflits.
- **Participer à la gestion du personnel :** planification du travail, application des obligations administratives et réglementaires du droit du travail, anticipation et gestion des mouvements du personnel, rémunération, promotion…

Garantir le développement des compétences de l'équipe

- **Participer à la mise en place**, avec les services RH, d'un plan de développement des compétences de l'équipe de collaborateurs.
- **Participer aux entretiens et aux évaluations de l'équipe** de collaborateurs.
- **Identifier les potentiels et les besoins** en compétences des collaborateurs.
- **Participer aux recrutements**.
- **Accompagner l'équipe dans l'exécution de leurs activités**, la gestion du changement et les évolutions d'organisation.

COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES

- **ESPRIT D'ÉQUIPE :** collaborer, agir en servant les intérêts communs et avoir du respect pour le travail de chacun.
- **SENS DU RELATIONNEL :** capacité à nouer des relations et à les entretenir.
- **SENS DE LA PERFORMANCE ET DU RÉSULTAT :** chercher à atteindre avec persévérance et dans une échéance définie les objectifs fixés en prenant en compte l'équilibre entre les coûts et les bénéfices. Rechercher en permanence une performance optimale.
- **RIGUEUR, ORGANISATION :** définir et/ou appliquer des méthodes précises et adaptées dans le but d'atteindre ses objectifs avec justesse et précision, en veillant constamment à minimiser les erreurs. Fixer ses priorités, planifier les actions et suivre méthodiquement leur avancement en coordonnant les activités et les ressources de la meilleure manière.
- **CRÉATIVITÉ, CURIOSITÉ :** savoir sortir du cadre existant en proposant des idées nouvelles qui conviennent aux clients et/ou à l'organisation ; se montrer ouvert et désireux de connaître de nouvelles idées/tendances/méthodes.
- **CAPACITÉ D'ANALYSE ET DE SYNTHÈSE :** identifier l'ensemble des aspects d'un sujet et les examiner de façon critique ; présenter les informations clés, émettre un avis en structurant et en résumant l'ensemble des éléments utiles.
- **AUTONOMIE, PRISE D'INITIATIVE :** procéder de manière indépendante et proactive en mettant en œuvre des processus de travail, de recherche d'information, d'idées et de solutions sans en attendre systématiquement la demande.
- **AGILITÉ DANS LE CHANGEMENT,** anticipation : adapter son comportement en intégrant les contraintes et les atouts lors de circonstances changeantes, ou en prévision de celles-ci.