

Gérer et piloter un projet e-commerce de A à Z

La réussite d'un projet e-commerce repose sur sa gestion et son pilotage opérationnel.

Cette formation permet de structurer et coordonner l'ensemble des dimensions du projet : organisation interne, choix techniques, catalogue produits, logistique, conformité légale, acquisition et pilotage de la performance.

Elle s'appuie sur une approche méthodologique de gestion de projet adaptée aux spécificités du e-commerce, afin de sécuriser le déploiement et maîtriser les risques. Les participants repartent avec une vision claire des étapes clés, des responsabilités à définir et des outils de pilotage indispensables.

Durée : 16.00 heures

Profils des stagiaires

- Responsables e-commerce
- Chef.fe de projet web
- Responsable marketing digital
- Responsable IT
- Responsable commercial
- Toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'un projet e-commerce

Prérequis

- Être impliqué.e dans un projet e-commerce en phase de déploiement.
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

Objectifs pédagogiques

- Structurer les étapes d'un projet e-commerce
- Définir les rôles et responsabilités des acteurs
- Choisir une architecture technique adaptée
- Organiser le catalogue et la gestion des données
- Anticiper les contraintes logistiques et réglementaires
- Piloter le lancement et les opérations webmarketing
- Définir et suivre les KPI e-commerce
- Mettre en place un pilotage opérationnel durable

Contenu de la formation

- Cadrer le projet e-commerce
 - Définir les objectifs SMART

BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



- Délimiter le périmètre du projet à l'ère de l'IA
- Identifier les livrables clés
- Construire un planning
- Identifier les risques majeurs
- Organiser la gouvernance du projet
 - Définir les rôles et responsabilités (matrice RACI)
 - Coordonner les équipes internes et prestataires
 - Structurer la communication projet
 - Mettre en place des points d'avancement
- Choisir et structurer l'architecture technique
 - CMS open source vs propriétaire
 - Rôle de l'IA dans la conception technique du site
 - Hébergement et sécurité
 - Interconnexion ERP / CRM / outils métiers
 - Budget technique et maintenance
- Structurer le catalogue et la gestion des données
 - Arborescence et catégories
 - Gestion des références produits
 - Segmentation clients
 - Optimisation UX produit
- Logistique et expérience client
 - Gestion des stocks
 - Choix des transporteurs
 - Politique de livraison
 - Gestion des retours
 - Optimisation du parcours client
- Paiement et conformité réglementaire
 - Solutions de paiement en ligne et coûts
 - TVA France / UE / export
 - RGPD
 - Mentions légales et CGV
 - Obligations liées à l'utilisation d'IA
- Lancement et webmarketing
 - SEO e-commerce
 - SEA et campagnes sponsorisées
 - Emailing & automation
 - Omnicanalité
- Pilotage et optimisation continue
 - Définition des KPI e-commerce
 - Tableaux de bord
 - Analyse des performances
 - Plan d'amélioration continue

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et entrepreneuse, Céline accompagne les TPE, PME, grands groupes et start-up dans la gestion et le pilotage de leurs projets e-commerce. Elle a elle-même créé et développé plusieurs start-up et piloté des projets e-commerce impliquant équipes internes, prestataires techniques, marketing, logistique et finance. Son approche repose sur une méthodologie structurée de gestion de projet, combinant coordination des acteurs, maîtrise des risques et pilotage de la performance. Ses

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing | www.bluemarketing.academy | Numéro SIRET : 83924457100023 |

Organisme de formation enregistré sous le numéro 52440841144 et certifié Qualiopi.

BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



formations sont ancrées dans des situations réelles, orientées opérationnelles et directement applicables au contexte professionnel des participants.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques appliqués
- Etudes de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaire d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

Tarif de la formation

3200.00 €HT

TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI