



Directives relatives au règlement d'examen

concernant

l'examen professionnel du

Spécialiste du e-commerce

avec brevet fédéral

(système modulaire avec examen final)

25 mars 2021, 0.2

Table des matières

1	Introduction	3
1.1	Objectif des directives	3
1.2	Profil professionnel	3
1.3	Organisation	4
2	Procédure administrative	5
3	Certificats de module	8
3.1	Organisation, accès et déroulement des examens de module	9
3.2	Durée de validité	9
3.3	Manière de procéder en cas d'échec à un examen de modules	9
4	Examen final	10
4.1	Forme de l'examen	10
4.1.1	Épreuve 1 : Rapport du développement des propres expériences	11
4.1.2	Épreuve 2 : Entretien professionnel sur le rapport du développement	12
4.1.3	Épreuve 3 : Travail d'analyse avec présentation	13
4.1.4	Épreuve 4 : Mini-Cases / Incidents critiques	14
4.1.5	Vue d'ensemble des épreuves et notes	15
4.2	Attribution des notes (chiffre 6 du règlement d'examen)	15
4.3	Conditions de réussite à l'examen (chiffre 6.41 du règlement d'examen)	15
4.4	Manière de procéder en cas d'échec à l'examen (chiffre 7.3 du règlement d'examen)	15
5	Approbation	16
6	Annexe 1 : Profil de qualification	17
6.1	Aperçu des domaines de compétences opérationnelles du Spécialiste du e-commerce avec brevet fédéral	17
6.2	Niveau des exigences	18
6.2.1	Domaine de compétences opérationnelles A : Création et développement d'une plateforme digitale	18
6.2.2	Domaine de compétences opérationnelles B : Optimisation de la présentation digitale des produits	21
6.3	Domaine de compétences opérationnelles C : Digitalisation des processus de vente	23
6.4	Domaine de compétences opérationnelles D : Réalisation d'activités marketing	26
6.5	Domaine de compétences opérationnelles E : Interagir avec des interfaces	28
6.6	Domaine de compétences opérationnelles F : Gestion de projet et d'équipes de projets	31
6.7	Domaine de compétences opérationnelles G : Travailler en réseau et agir sur le marché digital	34
7	Annexe 2 : Identification des modules	36
7.1	Module 1 – DCO A : Création et développement d'une plateforme	36
7.2	Module 2 – DCO B : Optimisation de la présentation digitale des produits	37
7.3	Module 3 – DCO C : Digitalisation des processus de vente	38
7.4	Module 4 – DCO D : Réalisation d'activités marketing	39
7.5	Module 5 – DCO E : Interagir avec des interfaces	40
7.6	Module 6 – DCO F : Gestion de projet et d'équipes de projets	41
7.7	Module 7 – DCO G : Travailler en réseau et agir sur le marché digital	42
8	Annexe 3 : Glossaire	43

1 Introduction

Le brevet fédéral de spécialiste du e-commerce est acquis en réussissant l'examen professionnel. L'examen professionnel porte sur les domaines opérationnels listés et les compétences acquises dans le cadre de la pratique professionnelle. Les compétences ont été déterminées dans une procédure impliquant des spécialistes et ont été synthétisées en un profil de compétences. L'accent a été mis sur les situations du travail quotidiennes qu'un(e) spécialiste du e-commerce doit être capable de maîtriser lors de l'exercice de son métier.

1.1 Objectif des directives

Les directives donnent aux candidats une vue d'ensemble de l'examen professionnel fédéral. Elles reposent sur le règlement d'examen concernant l'examen professionnel de spécialiste du e-commerce du <Date> (ci-après le règlement d'examen).

Ces directives comprennent :

- Toutes les informations importantes pour préparer et réaliser l'examen professionnel
- Des informations sur les modules
- Une description détaillée du contenu de l'examen professionnel
- Une compilation de situations de travail et de critères de performance ainsi que les identifications de modules.

1.2 Profil professionnel

Domaine d'activité

Les spécialistes du e-commerce créent, gèrent et développent des boutiques en ligne, respectivement d'une plateforme digitale pour la vente de services ou de produits. Ils dirigent des projet e-commerce et collaborent avec les équipes de divers projets. En collaboration avec leur équipe, ils se chargent de l'optimisation de la présentation digitale des produits, en tenant compte, du processus d'achat des clients. Ils réalisent des activités marketing dans la boutique en ligne et sur la plateforme digitale.

Les spécialistes du e-commerce interagissent activement avec des secteurs clés, particulièrement la logistique, le Category Management et d'autres canaux de distribution (Omnicanal). Ils participent activement à l'élaboration de structures et de processus de la boutique en ligne, respectivement d'une plateforme digitale. En parallèle, ils développent un réseau, aussi bien sur le lieu de travail, que sur le marché en ligne. Ils continuent à approfondir leurs connaissances dans le domaine du marché en ligne et sont à l'affut des nouveaux trends et développements du marché.

Principales compétences opérationnelles

Les spécialistes du e-commerce soutiennent la mise en place et le développement d'une boutique en ligne, respectivement d'une plateforme digitale. En partant du point de vue de la clientèle, ils testent régulièrement des mises à jour de la boutique en ligne, respectivement d'une plateforme digitale

Les spécialistes du e-commerce sont responsables de l'optimisation de la présentation des produits dans la boutique en ligne, respectivement d'une plateforme digitale. Pour se faire, ils planifient, coordonnent et contrôlent la mise en place des données des articles (texte, image, vidéo). Ils effectuent des contrôles réguliers garantissant que les informations des produits, sous leur responsabilité, soient correctement présentés et mis à jour de manière continue.

Les spécialistes du e-commerce analysent régulièrement le comportement de la clientèle, font des statistiques et présentent leurs résultats à leur supérieur. Ils participent activement au développement et à l'amélioration de l'expérience client et assurent un processus de vente numérique efficace.

Les spécialistes du e-commerce mettent en place des campagnes marketing et des offres publicitaires sur la boutique en ligne, respectivement d'une plateforme digitale. Ils analysent les retombées de ces actions et présentent les résultats à leur supérieur.

Les spécialistes du e-commerce coordonnent leurs activités avec les responsables internes et externes. En collaboration avec la logistique, ils coordonnent les processus logistiques et les services de livraisons et se concertent régulièrement sur les capacités des ressources. Ils fournissent au Category Management des informations pertinentes sur la base de leurs analyses des besoins des clients et se consultent régulièrement sur les nouvelles idées de produits, la conception de la gamme de produits ou le regroupement des articles. En collaboration avec des représentants d'autres canaux de distributions, ils définissent de nouvelles possibilités de circuit de distribution.

Pour rester à l'affût des nouveautés et des tendances du marché en ligne, les spécialistes du e-commerce activent leur réseau commercial. Ils s'informent constamment et se forment aux nouvelles technologies et les intègrent, selon leurs possibilités, dans leur travail quotidien.

Les spécialistes du e-commerce transforment la stratégie d'entreprise (Omnicanal-) en idées concrètes. Ils disposent d'outils de gestion de projet adaptés ainsi que de bonnes connaissances d'outils d'analyse spécifiques et de techniques de communication convaincantes. Ils sont proactifs et réfléchissent et agissent en ayant le sens des affaires. Les spécialistes du e-commerce encadrent les équipes de projet ainsi que les projets e-commerce de manière professionnelle et financière.

Exercice de la profession

Les spécialistes du e-commerce sont actifs dans de grandes, moyennes et petites structures avec des canaux de distributions digitaux, des entreprises de services (p.ex. la poste ou un service logistique) ou ils gèrent une activité en ligne de manière indépendante. Ils représentent l'élément central pour différents interlocuteurs, comme les clients, les supérieurs, les collaborateurs et les départements spécialisés, qui ont chacun des demandes et des besoins spécifiques. Ils devront trouver un équilibre entre ces différents besoins et traiter, de manière professionnelle, les divers conflits d'intérêts. Les besoins des clients ainsi que la vente de produits et de services demeurent toujours au centre des préoccupations.

Apport de la profession à la société, à l'économie, à la nature et à la culture

Les spécialistes du e-commerce assument une fonction d'approvisionnement de plus en plus importante au sein de la société de consommation. Avec leurs boutiques en ligne et leurs plateformes digitales, ils contribuent considérablement au développement de l'économie Suisse. Grâce à leur processus de vente complet et à leur compréhension du fonctionnement des entreprises, ils ménagent les ressources. Dans le développement de leurs activités, les spécialistes du e-commerce portent une attention particulière à éviter les erreurs d'achats et les retours de marchandise. La livraison ainsi que la gestion interne des déchets de l'entreprise sont organisées de manière écologique.

1.3 Organisation

Toutes les tâches liées à l'octroi du brevet fédéral sont confiées à une commission chargée de l'assurance qualité (commission AQ). La commission AQ est composée d'au moins 7 membres (ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss : 4 sièges et FCS : 3 sièges), nommés par l'organe responsable pour une période administrative de quatre ans (chiffre 2.11 du règlement d'examen). La liste détaillée des tâches de la commission AQ figure dans le chiffre 2.1 du règlement d'examen

La commission AQ recourt à une direction d'examen pour organiser l'examen professionnel. La direction en question est responsable de la mise en œuvre organisationnelle, de l'accompagnement des experts sur place et de répondre aux questions organisationnelles des candidats sur place. Lors de la réunion de

notation, elle présente à la commission AQ un rapport sur le déroulement de l'examen professionnel et soumet les demandes d'octroi du brevet fédéral.

Les experts d'examen sont responsables de la réalisation et de l'évaluation des examens écrits et oraux (chiffre 4.4 du règlement d'examen). Les candidats reçoivent une liste des experts des examens oraux 4 semaines avant le début de l'examen professionnel (chiffre 4.13 du règlement d'examen). En cas de conflit d'intérêt avec un ou plusieurs experts (anciens collaborateurs/supérieurs, etc.), les candidats peuvent soumettre une requête de récusation à la commission AQ jusqu'à 18 jours avant le début de l'examen (chiffre 4.14 du règlement d'examen).

La commission AQ dispose d'un secrétariat d'examen chargé des tâches administratives (chiffre 2.22 du règlement d'examen). Ce dernier publie l'examen professionnel, confirme l'admission des candidats à l'examen professionnel et organise l'élaboration et l'envoi des bulletins de notes et brevets fédéraux. Il est possible d'obtenir les délais et formulaires auprès du secrétariat d'examen.

En cas de questions, les candidats peuvent s'adresser au secrétariat d'examen.

Les coordonnées du secrétariat d'examen sont les suivantes :

Formation du Commerce de Détail Suisse
Hotelgasse 1
Case postale
3001 Berne
Tél. 031 328 40 40
Fax 031 328 40 45
info@bds-fcs.ch

2 Procédure administrative

Les étapes suivantes doivent être suivies par les candidats pour une inscription réussie à l'examen professionnel :

Étape 1 : Publication de l'examen professionnel (chiffre 3.1 du règlement d'examen)

L'examen professionnel est publié au moins cinq mois avant le début de l'examen dans les trois langues officielles sur le site Internet de l'organe responsable www.bds-fcs.ch. La publication informe sur :

- les dates des épreuves
- la taxe de l'examen
- l'adresse d'inscription
- le délai d'inscription
- le mandat pour le rapport de développement
- le déroulement de l'examen

Étape 2 : Examen des conditions d'admission (chiffre 3.3 du règlement d'examen)

Les candidats contrôlent s'ils remplissent les conditions d'admission énumérées dans le chiffre 3.3 du règlement d'examen :

Sont admis à l'examen les candidats qui :

- a) possèdent d'un certificat fédéral de capacité de gestionnaire du commerce de détail ou employé/e de commerce de détail ou d'une qualification équivalente dans le commerce de détail ;
- b) peuvent justifier d'au moins 2 années de pratique dans le domaine professionnel ;
- ou
- c) possèdent d'une attestation fédérale de formation professionnelle d'assistant/e du commerce de détail, d'un certificat fédéral de capacité ou d'une qualification équivalente ;
- d) peuvent justifier d'au moins 4 années de pratique dans le domaine professionnel ;
- ou
- e) ont une expérience professionnelle d'au moins 7 années, dont au moins 2 ans dans le secteur du commerce de détail ;
- et
- f) ont acquis les certificats de modules requis ou disposent des attestations d'équivalence nécessaires.

Les candidats sont admis sous réserve du paiement de la taxe d'examen, dans les délais impartis et de la remise du rapport de développement dans les délais et dans son intégralité.

Une activité professionnelle au sens du règlement d'examen signifie une activité à titre commercial ou dans une entreprise commerciale. L'expérience professionnelle requise doit avoir été acquise avant la date de clôture des inscriptions. L'expérience professionnelle acquise avec une charge de travail annuelle inférieure à 80 % sera créditée au prorata.

L'admission à l'examen final requiert d'être en possession des certificats de modules suivants :

- Module 1 – DCO A : Création et développement d'une plateforme digitale ;
- Module 2 – DCO B : Optimisation de la présentation digitale des produits ;
- Module 3 – DCO C : Digitalisation des processus de vente ;
- Module 4 – DCO D : Réalisation d'activités marketing ;
- Module 5 – DCO E : Interagir avec des interfaces ;
- Module 6 – DCO F : Gestion de projet et d'équipes de projets ;
- Module 7 – DCO G : Travailler en réseau et agir sur le marché digital.

En cas de doute, les personnes intéressées peuvent soumettre les documents d'inscription complets pour un examen préalable par le secrétariat d'examen. La commission AQ les réceptionne contre une taxe et communique la décision par écrit. Cette dernière doit être jointe à une inscription ultérieure à l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

La commission AQ décide notamment de la reconnaissance ou de la prise en compte d'autres diplômes et prestations et délivre des confirmations d'équivalence contre rémunération. Sur demande des candidats, cela inclut également la confirmation de l'équivalence d'autres diplômes et performances en matière d'attestation de compétences.

Des informations et des documents sur la procédure d'équivalence sont disponibles auprès du secrétariat d'examen.

Les frais encourus pour la reconnaissance d'autres diplômes et prestations seront facturés au demandeur sur la base du temps et du matériel.

Étape 3 : Inscription à l'examen professionnel (chiffre 3.2 du règlement d'examen)

Les candidats remplissent le formulaire d'inscription prescrit pour l'inscription sur www.bds-fcs.ch. Le formulaire d'inscription doit être soumise en temps voulu conformément à la publication. Le formulaire d'inscription doit être accompagné de tous les documents suivants :

- un résumé de la formation et des activités professionnelles du candidat ;
- une copie des titres et des certificats de travail requis pour l'admission ;
- les copies des certificats de module ou des confirmations d'équivalence correspondantes ;
- l'indication de la langue de l'examen ;
- la copie d'une pièce d'identité officielle munie d'une photo ;
- la mention du numéro d'assurance sociale (n° AVS) ;
- pour les personnes souffrant d'un handicap, si besoin est, une demande justifiée de compensation des inégalités avec un certificat médical actuel (voir glossaire).

Étape 4 : Décision concernant l'admission (chiffre 3.33 du règlement d'examen)

Au moins trois mois avant le début de l'examen professionnel, les candidats reçoivent la décision écrite concernant l'admission. Toute décision négative est assortie d'une justification et de l'indication des voies de recours. Le SEFRI publie sur son site Internet une notice concernant les recours et une notice relative au droit de consulter les documents : <https://www.sbf.admin.ch/sbf/fr/home/formation/fps/examens-federaux/candidats-et-diplomes.html> (consulté le 00.00.2020).

Étape 5 : Versement de la taxe d'examen (chiffre Ziff. 3.4 du règlement d'examen)

Avec la décision concernant l'admission à l'examen professionnel, les candidats sont joints à virer la taxe d'examen dans le délai de paiement spécifié. Des tarifs spéciaux sont fixés et publiés pour les candidats redoublants et en cas d'abandon d'un examen.

Étape 6 : Convocation à l'examen (chiffre 4.1 du règlement d'examen)

Les candidats reçoivent la convocation au moins 4 semaines avant le début de l'examen. Cette dernière comprend :

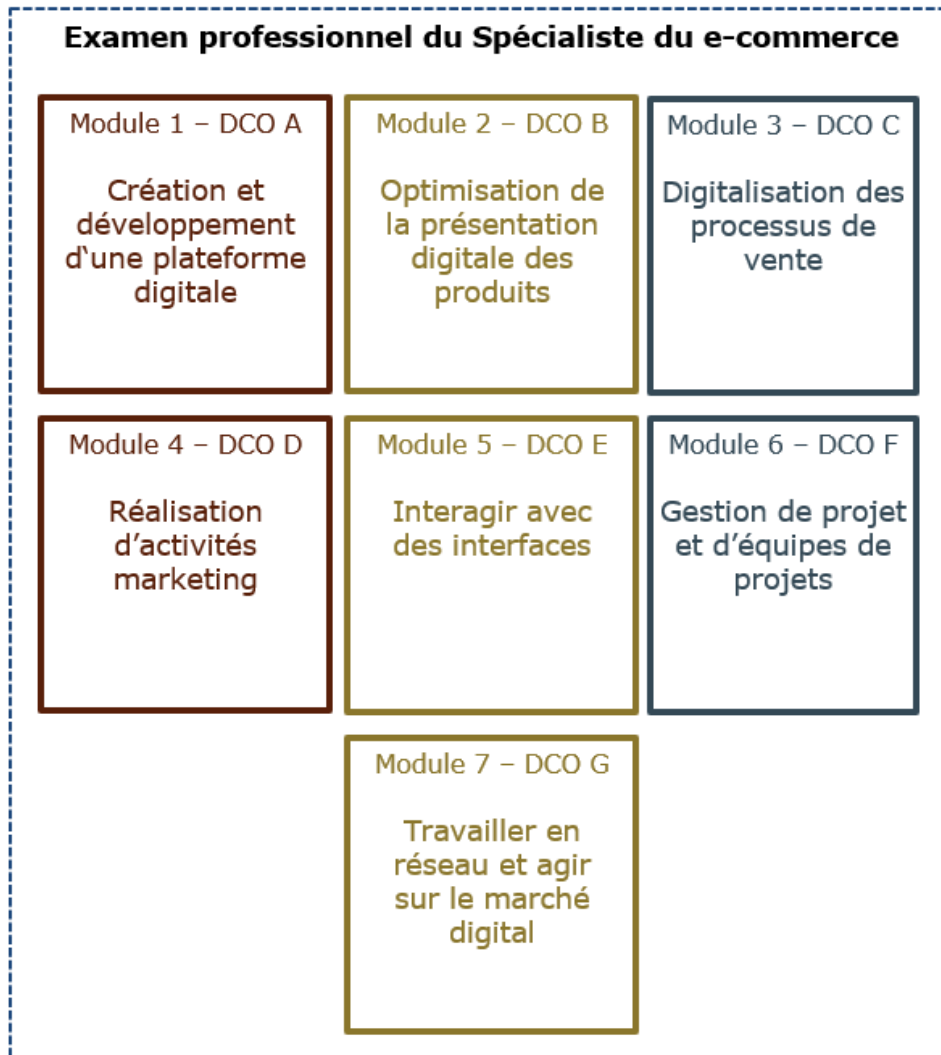
- le programme d'examen, avec l'indication du lieu, de la date, de l'heure des épreuves, ainsi que des moyens auxiliaires autorisés dont les candidats sont invités à se munir ;
- la liste des experts.

En cas de besoin Étape 7 : Soumission de la demande de récusation (chiffre 4.14 du règlement d'examen)

En cas de conflit d'intérêt avec un ou plusieurs experts (anciens collaborateurs/supérieurs, etc.), les candidats peuvent soumettre une demande de récusation à la commission AQ jusqu'à 18 jours avant le début de l'examen. La justification de la demande de récusation doit être suffisante et plausible.

3 Certificats de module

La structure de l'examen professionnel correspond au modèle « système modulaire avec examen final ». Avant de pouvoir se présenter à l'examen professionnel, les candidats doivent être en possession des 7 certificats de modules.



Il est recommandé de suivre les modules dans l'ordre indiqué de 1 à 7.

Des informations détaillées sur les modules et les examens de module se trouvent à l'annexe 2 : Identification des modules.

3.1 Organisation, accès et déroulement des examens de module

Les points suivants des examens de modules sont réglés par les organisateurs de modules :

- offre
- exécution
- organisation
- possibilités de répétition

3.2 Durée de validité

Après la réussite d'un module, il est valable pendant 5 ans pour l'admission à l'examen final. La date butoir est la date limite d'inscription à l'examen professionnel.

3.3 Manière de procéder en cas d'échec à un examen de modules

En cas d'échec à un examen de modules, les candidats peuvent déposer un recours écrit auprès de la commission AQ contre les décisions des prestataires de modules dans un délai de 30 jours civils à compter de l'annonce de la décision. Le recours doit comporter les conclusions et les motifs du recourant. La commission AQ prend la décision finale.

En cas de rejet du recours, les frais de procédure (frais de jugement et de rédaction) sont à la charge du requérant.

4 Examen final

Lors de l'examen professionnel, les compétences énumérées dans les critères de performance et celles acquises dans la pratique professionnelle sont examinées sur l'ensemble du module et de façon interconnectée.

4.1 Forme de l'examen

La structure de l'examen repose sur les compétences et la pratique professionnelle.

L'examen final se compose de 4 parties. Ils sont décrits en détail ci-dessous :

Épreuve 1 : Travail de portfolio : Rapport du développement (par écrit, digital)

Une documentation sur la pratique pour les DCO A – D & G (à partir d'une sélection de différents mandats pratiques)

Exemples pour des mandats pratiques, par ex.

- **DCO A** : Comment mettre en place un Testing / Test Cases (instructions)
- **DCO B** : C'est ainsi que j'ai analysé et optimisé le volume de recherche (avant/après)
- **DCO C** : Je fais attention aux points suivants lors du Third-Level Support (liste de contrôle)
- **DCO D** : Mon dernier plan de marketing, de rédaction ou de production (plan)
- **DCO G** : Voici comment j'ai créé et utilisé mon réseau (carte réseau)

+ grille de compétences & vérification de la disposition (1x tous les modules)

= Rapport du développement (volume du document limité) (résultats, constatations, mesures, etc. de la vérification de la disposition, de la grille de compétences et de la documentation sur la pratique.)

Épreuve 1 : Entretien professionnel sur le rapport du développement, 30 minutes (par oral)

Expérience professionnelle et potentiel de développement (DCO A – D & G)

- 5 minutes : «Elevator Pitch» (présentation non évaluée)
- 10 minutes : Approfondissement/questions sur le rapport du développement
- 10 minutes : Mise en réseau avec d'autres domaines
- 5 minutes : Déterminer les mesures/domaines d'action

Épreuve 3 : Travail d'analyse avec présentation, 30 minutes (par oral)

Qualité de la boutique en ligne/plateforme digitale (DCO A-D), 30 minutes

- 45 minutes : Préparation individuelle (les candidats testent et analysent une boutique en ligne/plateforme digitale. Ils relèvent les particularités et indiquent les mesures d'optimisation)
- 10 minutes : Présentation
- 20 minutes : Questions des experts en examen

Épreuve 4 : Mini Cases et Incidents critiques, 30 minutes (par oral)

Gestion de projets et interaction aux interfaces (DCO E & F)

- 2 Mini Cases : Analyser les problèmes aux interfaces pendant un projet
- 2 Incidents critiques : Situations critiques au sein de l'équipe de projet ou du projet

4.1.1 Épreuve 1 : Rapport du développement des propres expériences

L'épreuve 1 est constituée d'un examen écrit.

Épreuve 1 : Rapport du développement des propres expériences	
Mission	<p>Les candidats rédigent un rapport du développement des propres expériences dans le contexte de leur pratique professionnelle en tant que spécialiste du e-commerce. Le rapport de développement comprend</p> <ul style="list-style-type: none">a) la mise en relation des tâches professionnelles avec ce qui a été appris (learnings). À l'aide d'exemples concrets tirés de leur pratique professionnelle, les candidats montrent leurs mises en œuvre / expériences pratiques, y compris les outils utilisés (par ex. résultats d'analyse, listes de contrôle, planifications, documents ou comparaisons avant/après). Ils évaluent la qualité de la mise en œuvre et résumement ce qu'ils ont appris (learnings).b) l'examen de son propre développement de compétences : les candidats reflètent leur développement de compétences à l'aide d'instruments d'analyse donnés (grille de compétences et contrôle des dispositions) et décrivent des moments concrets de « déclic ».c) des conclusions cohérentes pour sa propre activité professionnelle et son développement : Les candidats formulent des conclusions concrètes et compréhensibles à partir de leur travail de documentation des mises en œuvre pratiques et de l'examen du développement de leurs compétences.
Domaine de compétences opérationnelles	Domaine de compétences opérationnelles A-D et G
Focalisation	Capacité d'argumentation et de réflexion, compétence professionnelle
Méthode	Rapport de développement structuré
Conditions	Le rapport de développement est rédigé selon une structure donnée. Il comprend environ 4000 - 5000 mots (12 pt ; sans média + annexe : documentations de mises en œuvre pratiques, vérification de la disposition, grille de compétences).
Durée	Préparé à l'avance
Moyens auxiliaires	Toutes les aides sont autorisées conformément à la convocation.
Évaluation	L'évaluation de la prestation repose sur des critères et est définie avec les points obtenus. Les points obtenus sont intégrés dans la note de l'épreuve 1 conformément aux chiffres 5.11 du règlement d'examen

4.1.2 Épreuve 2 : Entretien professionnel sur le rapport du développement

L'épreuve 2 est constituée d'un examen oral.

Épreuve 2 : Entretien professionnel sur le rapport du développement	
Mission	Les candidats mènent une discussion technique sur le rapport du développement avec les experts. Cet entretien professionnel consiste, <ul style="list-style-type: none">a) en un examen approfondi du contenu du rapport. Les candidats répondent à des questions sur le rapport,b) à transférer les connaissances acquises à des situations comparables et nouvelles.c) en une réflexion sur les attitudes, les forces et les faiblesses du candidat ainsi que sur son propre processus d'apprentissage sur la base d'exemples tirés de la pratique et l'identification de domaines d'action.
Domaine de compétences opérationnelles	Domaine de compétences opérationnelles A-D et G
Focalisation	Capacité d'argumentation et de réflexion, compétence professionnelle
Méthode	Courte présentation (non évaluée) et entretien professionnel structurée
<u>Conditions</u>	Aucune
Durée	30 minutes
Moyens auxiliaires	Toutes les aides sont autorisées conformément à la convocation.
Évaluation	L'évaluation de la prestation repose sur des critères et est définie avec les points obtenus. Les points obtenus sont intégrés dans la note de l'épreuve 4 conformément aux chiffres 5.11 du règlement d'examen

4.1.3 Épreuve 3 : Travail d'analyse avec présentation

L'épreuve 3 est constituée d'un examen oral.

Épreuve 3 : Travail d'analyse avec présentation	
Mission	<p>Les candidats ont 45 minutes pour examiner une boutique en ligne ou une plateforme numérique. Ils analysent la boutique/plateforme du point de vue du client, relèvent les particularités des sous-domaines/fonctions indiqués et indiquent les mesures d'optimisation pour la poursuite du développement de la boutique ou de la plateforme en ligne par écrit dans une structure donnée.</p> <p>Les candidats présentent leurs résultats (10 minutes) et répondent à des questions spécifiques et complémentaires sur leur analyse (20 minutes).</p>
Domaine de compétences opérationnelles	Domaine de compétences opérationnelles A-D
Focalisation	Capacité d'analyse dans une situation complexe
Méthode	Travail d'analyse structuré
<u>Conditions</u>	Aucune
Durée	30 minutes (45 minutes de préparation)
Moyens auxiliaires	Accès à un ordinateur. Toutes les aides sont autorisées conformément à la convocation.
Évaluation	L'évaluation de la prestation repose sur des critères et est définie avec les points obtenus. Les points obtenus sont intégrés dans la note de l'épreuve 2 conformément aux chiffres 5.11 du règlement d'examen

4.1.4 Épreuve 4 : Mini-Cases / Incidents critiques

L'épreuve 4 est constituée d'un examen oral.

Épreuve 4 : Mini-Cases / Incidents critiques	
Mission	Les candidats travaillent oralement sur 4 à 6 cas pratiques complexes.
Domaine de compétences opérationnelles	Domaine de compétences opérationnelles E et F.
Focalisation	Analyse et gestion des situations difficiles et problématiques Analyse et mise en évidence des conséquences et de la marche à suivre
Méthode	Incidents critiques Les candidats reçoivent en quelques phrases une description de la situation de départ. Les candidats doivent ensuite décrire les mesures qu'ils prendraient dans la situation décrite. Mini Cases (petite description du cas) Les candidats reçoivent en quelques phrases une description de la situation de départ. Les candidats doivent ensuite décrire comment ils procèdent, étape par étape, pour réaliser la situation en question.
Conditions	Aucune
Durée	30 minutes
Moyens auxiliaires	Toutes les aides sont autorisées conformément à la convocation.
Évaluation	L'évaluation de la prestation repose sur des critères et est définie avec les points obtenus. Les points obtenus sont intégrés dans la note de l'épreuve 3 conformément aux chiffres 5.11 du règlement d'examen

4.1.5 Vue d'ensemble des épreuves et notes

Le tableau suivant récapitule les épreuves, durées et pondérations.

Épreuve	Type d'examen	Durée	Pondération
1 Rapport du développement des propres expériences	écrit	établi à l'avance	50%
2 Entretien prof. sur le rapport de développement	oral	0.5 h	10%
3 Travail d'analyse avec présentation	oral avec préparation	30 min.	20%
4 Mini-Cases / Incidents critiques	oral	30 min.	20%
Total		1.5 h	

4.2 Attribution des notes (chiffre 6 du règlement d'examen)

L'évaluation des résultats de l'examen est axée sur les critères. Les critères d'évaluation sont définis à l'avance pour chaque tâche. Le nombre de points pour les différentes parties de l'examen est converti en notes. La note globale de l'examen est la moyenne des notes des épreuves. Les notes sont attribuées en notes entières et en demi-notes. La moyenne des notes des épreuves et la note globale sont arrondies à la première décimale. Les notes sont attribuées de la manière suivante conformément à la directive de la CSFP :

$$\frac{\text{Nombre de points reçus} \times 5}{\text{Nombre de points maximum}} + 1 = \text{note}$$

4.3 Conditions de réussite à l'examen (chiffre 6.41 du règlement d'examen)

L'examen final est réussi si la note globale est d'au moins 4.0.

4.4 Manière de procéder en cas d'échec à l'examen (chiffre 7.3 du règlement d'examen)

La commission AQ informe les candidats de la réussite ou de l'échec à l'examen. Les décisions liées à un échec à l'examen sont envoyées en lettre recommandée. Dans les 30 jours suivant la communication de refuser l'octroi du brevet, une plainte peut être déposée auprès du SEFRI contre la décision de la commission d'examen. Le recours doit comporter les conclusions et les motifs du recourant.

Le SEFRI publie sur son site Internet une notice concernant les recours et une notice relative au droit de consulter les documents : <https://www.sbf.admin.ch/sbf/fr/home/formation/fps/examens-federaux/candidats-et-diplomes.html> (consulté le 00.00.2020).

5 **Approbation**

Les directives relatives au règlement d'examen « xxx avec brevet fédéral » sont édictées par la commission d'examen.

Lieu, <Date>


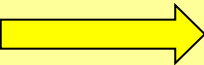
Commission d'examen

Nom	Nom
Président	Vice-président

6 Annexe 1 : Profil de qualification

La vue d'ensemble des compétences opérationnelles et du niveau des exigences (description des compétences opérationnelles y compris les critères de compétence) ainsi que le profil de la profession (voir section 1.2 du règlement d'examen/section 1.2 des directives) forment le profil de qualification.

6.1 Aperçu des domaines de compétences opérationnelles du Spécialiste du e-commerce avec brevet fédéral

 Domaines de compétences opérationnelles		Compétences 					
		1	2	3	4	5	6
A	Création et développement d'une plateforme digitale	A1. Création de la boutique en ligne/de la plateforme digitale	A2. Gérer la boutique en ligne/la plateforme digitale et continuer de les développer	A3. Tester la boutique en ligne/la plateforme digitale du point de vue des clients			
B	Optimisation de la présentation digitale des produits	B1. Planifier, coordonner et vérifier la mise en place des informations sur les articles	B2. Effectuer et coordonner des vérifications du contenu et déléguer les optimisations à mettre en place	B3. Coordonner le développement de la présentation du produit			
C	Digitalisation des processus de vente	C1. Analyser et présenter le comportement d'utilisation digitale des clients	C2. Créer une expérience client digitale	C3. Accompagner et soutenir les clients en ligne pendant et après le processus d'achat			
D	Réalisation d'activités marketing	D1. Planifier des activités de promotion ou des campagnes marketing (omnicanal)	D2. Mettre en place des activités de promotion ou des campagnes marketing (omnicanal)	D3. Analyser les effets des activités marketing et prendre des mesures			
E	Interagir avec des interfaces	E1. Coordonner les interfaces logistiques	E2. Coordonner les interfaces avec le Category Management	E3. Coordonner les interfaces des canaux de distribution omnicanal	E4. Contrôler la conformité juridique de la plateforme digitale		
F	Gestion de projets et gestion de l'équipe des projets	F1. Mise en œuvre, dans leur propre domaine, les stratégies (omnicanal) prédéfinies	F2. Diriger des projets e-commerce	F3. Diriger les équipes de projets de manière professionnelle	F4. Planifier, suivre et évaluer l'exécution financière des projets		
G	Connecter et interagir sur le marché digital	G1. Établir et utiliser des réseaux d'affaire.	G2. Encourager et soutenir la digitalisation et les processus de changement sur le lieu de travail	G3. Mise en place d'une gestion des compétences personnelles			

6.2 Niveau des exigences

6.2.1 Domaine de compétences opérationnelles A : Création et développement d'une plateforme digitale

Situation de travail	Critères de performance
<p>A.1 Création de la boutique en ligne / de la plateforme digitale</p> <p>Les spécialistes du e-commerce soutiennent le processus de mise en place et de définition des exigences de base de la boutique en ligne/plateforme digitale. Ils accompagnent et pilotent la création d'une boutique en ligne et s'assurent que les exigences de bases soient respectées.</p> <p>Ils étoffent leur savoir avec tous les moyens à disposition pour être les premiers informés des nouveautés et des tendances dans le domaine du Shop Management et du système ERP, p.ex. avec l'appui :</p> <ul style="list-style-type: none"> • d'analyses de la concurrence (Benchmarking avec les concurrents et les leaders du marché) • de salons professionnels, magazines, blogs et rapports de test • de newsletter des fournisseurs et concurrents • de KPIs (Shop-Performance, temps de chargement de la boutique en ligne etc.) • d'expériences personnelles avec des site web et des clients • de feedbacks des fournisseurs, du développement web et d'autres départements à l'interne • d'enquêtes clients (récolte de l'expérience en ligne et des besoins des clients) <p>Les spécialistes du e-commerce choisissent les outils appropriés correspondants aux besoins internes et externes. Ils effectuent une analyse des besoins et déterminent les conséquences qui en découlent. Ils examinent le potentiel de développement et évaluent les coûts et les bénéfices des investissements. Ils déterminent si de nouveaux outils doivent être instaurés au sein de l'entreprise ou si les outils existants peuvent être optimisés. Pour se faire, ils analysent le marché digital et identifient les prestataires. Sur la base de recherches et de collaboration avec le développement web, ils rassemblent les informations sur de potentiels nouveaux prestataires. Ils veillent à ce que le budget mis à disposition soit respecté.</p> <p>Dès que les spécialistes du e-commerce ont choisi un potentiel prestataires, ils organisent les réunions avec les prestataires et se renseignent sur les détails de leur offre. Ils analysent les offres en faisant des comparatifs et en se basant sur les références existantes. Pour la prise de décision finale, ils créent des facteurs d'évaluation avec une matrice.</p>	<p>Les spécialistes e-commerce...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • soutiennent le service IT lors de la création et de la définition des exigences de bases (cahier des charges) de la boutique en ligne/de la plateforme digitale. • Connaissances, compréhension • ont de bonnes connaissances d'une méthodologie garantissant le bon fonctionnement et le suivi du logiciel de la boutique en ligne. • ont des connaissances de base pour la création d'une boutique en ligne/d'une plateforme digitale. • ont des connaissances de base de l'architecture d'un système. • ont des connaissances de base des faiblesses du système. • ont de bonnes connaissances pour effectuer des analyses de la demande. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • sont à l'affût des nouvelles tendances dans les domaines du Shop-Management et des systèmes ERP et garantissent une mise à jour continue. • prêtent toujours attention au facteur coût-bénéfice des investissements et veillent à ce que le budget soit respecté. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent le développement du marché digital et, si besoin, mettent en place les ajustements nécessaires de la boutique en ligne, soit en optimisant les outils à disposition ou en acquérant de nouvelles applications. • analysent les offres et démontrent les atouts de qualité qui mènent à une décision rentable. • vérifient les outils à disposition et si besoin mettent en place des mesures de perfectionnement.

<p>A.2 Gérer la boutique en ligne / la plateforme digitale et continuer de les développer</p> <p>Les spécialistes du e-commerce font le lien entre les développeurs-IT et le marketing. Ils clarifient les besoins de développement avec leurs supérieurs et d'autres départements. Ils évaluent, en accord avec leur supérieur et sur la base d'outils d'analyses et de méthodes de tests, les besoins internes et externes, p.ex.</p> <ul style="list-style-type: none"> • les données clients et les feedback directs et indirects des clients • l'analyse des abandons d'achats des clients (A quel moment le client renonce à son achat ?) <p>Sur la base de critères prédéfinis (p.ex. à l'aide d'outils informatiques) ils priorisent et établissent une liste des mesures de développement. Ils transmettent aux développeurs Web les problèmes, les nouvelles fonctions à mettre en place dans la boutique en ligne et les changements à faire, toujours en restant orientés sur le comportement du client. Ils maîtrisent l'art et la manière de communiquer les erreurs et les demandes, les décrivent dans le détail, en accord avec les objectifs de l'entreprise et de manière à ce que les développeurs en comprennent le sens. Sur la base d'exemples et de Bench marketing, ils montrent la façon de travailler de la concurrence. Ils travaillent avec des captures d'écran/vidéos et montrent ainsi, de manière imagée, où se trouvent les problèmes et comment les résoudre.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • soutiennent l'entreprise et le développement de la boutique en ligne/de la plateforme digitale. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances approfondies du marché, des produits et des prestations de service. • ont de bonnes connaissances d'outils d'analyse, de méthodes de test ainsi que d'outils d'analyse des besoins et de la demande internes et externes. • ont des connaissances de base dans le domaine UX/UI. • ont de bonnes connaissances en techniques de communication. • ont de bonnes connaissances en techniques de présentation. • ont des connaissances approfondies des responsabilités internes et des Stakeholder. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • s'investissent pour faire des propositions proactives de développement au supérieur. • remplissent le rôle de maillon entre le service IT/développement et le marketing. • communiquent aux développeurs, de manière claire et compréhensive, les exigences requises. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les problèmes et transmettent des propositions de solutions aux différentes parties prenantes. • analysent sur la base du Benchmarking les entreprises concurrentes et en déduisent les besoins d'adaptation pour le développement
<p>A3. Tester la boutique en ligne / la plateforme digitale du point de vue des clients</p> <p>Les spécialistes du e-commerce testent les demandes de changements ou effectuent des tests du point de vue du client. C'est-à-dire qu'ils vérifient que la gestion des clients soit faite « dans les règles de l'art ». Dans leur domaine de responsabilité, ils décrivent des « Tests-Cases » spécifiques au projet et sur la base d'un processus de test structuré et de paramètres de tests clairement définis, qui mettent en évidence clairement ce qui est testé. Ils définissent les spécifications du contenu à tester, les critères de test ainsi la portée et le type de test (p.ex. du point de vue des clients, ou des tests standards automatisés, à l'interne ou sur les clients, des tests à 360°).</p> <p>Les spécialistes du e-commerce testent de manière approfondie les nouvelles fonctions et les corrections de bugs mineurs liés aux ventes sur un système test. Si nécessaire, ils impliquent d'autres départements dans les tests ou délèguent certaines sous-tâches. Le cas échéant, ils corrigent eux-mêmes les erreurs ou les communiquent aux développeurs afin qu'ils puissent les corriger avant la prochaine mise à jour.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce donnent en sous-traitance des testings. Dans ce but, ils sélectionnent un prestataire de services, fixent un objectif (p.ex. l'achat d'un produit ou service spécifique), puis évaluent le résultat d'après les critères prédéfinis dans le</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • effectuent des tests spécifiques du point de vue du client <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont de bonnes connaissances dans l'élaboration de tests et la mise en place de Test-Cases. • ont des connaissances de base de méthode de test et d'outils spécifiques. • ont des connaissances approfondies des fonctions/utilisateurs de la boutique en ligne/plateforme digitale. • ont des connaissances approfondies des prestataires de services appropriés. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • portent une attention particulière à la formulation des Test-Cases en formulant clairement le contenu des tests. • pendant la phase de concrétisation, ils veillent constamment à communiquer de manière compréhensible et globale avec les représentants des diverses parties prenantes. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les résultats des tests et sur la base de ces résultats, mènent les actions de développement de la boutique en ligne/plateforme

Test-Case. Après la mise à jour, ils donnent leur aval pour la mise en ligne à l'instance suivante.

Dans la mesure du possible, ils mettent en place des « Closed User Groups », effectuent les premiers tests avec les clients et recueillent leurs réactions. Parallèlement, ils utilisent ce premier contact avec les clients pour les inciter à acheter. Ils tirent des conclusions de ces tests pour la poursuite du développement de la boutique en ligne/plateforme digitale.

6.2.2 Domaine de compétences opérationnelles B : Optimisation de la présentation digitale des produits

Situation de travail	Critères de performance
<p>B.1 Planifier, coordonner et vérifier la mise en place des informations sur les articles</p> <p>Les spécialistes du e-commerce planifient, coordonnent et vérifient la mise en place des informations sur les articles (marchandises et services) en tenant compte du Customer Journey défini par le marketing ou des segments de clientèle spécifiques de l'entreprise (p.ex. headlines, textes, images). Pour ce faire, ils analysent d'abord le groupe cible du produit ou du service et définissent ce qu'ils veulent atteindre avec les informations sur les articles. Avec le Marketing, ils conçoivent le concept des informations des produits et des services. En collaboration avec les différents postes internes (la direction, le Marketing), ils analysent le concept et décident quelles informations seront mises en avant.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce s'appuient des informations existantes dans l'ERP et les complètent avec des informations provenant des analyses du volume de recherche. Si nécessaire, ils recherchent d'autres caractéristiques du produit ou du service.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce passent la commande pour la création des informations sur les articles au département compétent. Ils s'assurent que les contenus soient optimisés pour le référencement. Ils vérifient les informations des articles et transmettent un feedback au département compétent avec les éventuels ajustements à apporter. Ils respectent les délais et prennent des mesures si nécessaire.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> planifient, coordonnent et vérifient la création d'informations attrayantes sur les articles <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> ont des connaissances de base de la gestion des processus. ont de bonnes connaissances en matière de référencement. ont des connaissances approfondies des stratégies marketing. ont des connaissances de base du Customer Journey. ont de bonnes connaissances de Storytelling. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> veillent à toujours utiliser un langage adapté au groupe cible et au canal de diffusion. s'investissent à mettre en œuvre, leurs réflexions de psychologie de vente. veillent à toujours avoir une approche structurée et consciencieuse. s'investissent à communiquer, aux services compétents, les modifications à apporter aux informations sur les articles déjà créés. veillent toujours à ce que les données soient préparées de manière conviviale pour le client. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> analysent la gamme de produit et mettent en évidence les informations pertinentes sur les caractéristiques des produits en fonction des groupes cibles. analysent les informations écrites et graphiques des articles selon le Customer Journey et transmettent les propositions d'amélioration au service compétent.
<p>B.2 Effectuer et coordonner des vérifications du contenu et déléguer les optimisations à mettre en place</p> <p>Les spécialistes du e-commerce vérifient quotidiennement la qualité du contenu et contrôlent si, par exemple, des données, des descriptions d'articles ou des images manquent. Ils surveillent les alarmes automatiques et si nécessaire, prennent les mesures pour éliminer la source d'erreur. Ils effectuent de manière autonome des analyses d'erreurs simples (p.ex. vérification des codes EAN, erreur dans les données de base ou images manquantes) et ils éliminent les sources d'erreurs. Si nécessaire, ils trouvent les informations pertinentes manquantes. Ainsi, ils gardent leur boutique en ligne/plateforme digitale « propre » et s'assurent que la qualité des données soit correcte. Tous besoins d'optimisation sont transmis aux services compétents et ils communiquent régulièrement les informations au sein de l'équipe.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> effectuent des vérifications régulières du contenu et mettent en place les mesures d'optimisation. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> ont des connaissances approfondies des attributs de la boutique en ligne/plateforme digitale. ont des connaissances approfondies des services compétents et des systèmes à contacter pertinents pour le retour d'information sur la boutique en ligne/plateforme digitale. ont de bonnes connaissances des outils de surveillance et d'analyse d'erreurs dans la boutique en ligne/la plateforme digitale. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> s'investissent à trouver par eux-mêmes les informations pertinentes manquantes.

	<ul style="list-style-type: none"> • garantissent toujours la qualité des données et une boutique en ligne/plateforme digitale « propre ». • s'engagent à maintenir la satisfaction du client. • travaillent de manière structurée et avec le sens du détail. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les erreurs et mettent eux-mêmes en place les corrections appropriées ou s'adressent aux services compétents. • analysent la qualité des données, initient des mesures d'optimisation auprès des services compétents et échanger leurs expériences au sein de l'équipe.
<p>B.3 Coordonner le développement de la présentation du produit</p> <p>Les spécialistes du e-commerce vérifient régulièrement la présentation des produits sous leur responsabilité dans la boutique en ligne/plateforme digitale, éventuellement en mettant l'accent sur l'omnicanal. Afin que le produit ou le service puisse être vécu et ressenti, les spécialistes du e-commerce apportent régulièrement de nouvelles idées de présentation du produit tout en gardant le même « look and feel », en collaborant avec des spécialistes du Design/Marketing. Ils vérifient p.ex. le repositionnement (A/B Tests, Cross-/Upselling) d'articles et réagissent aux évaluations des articles et aux commentaires des clients avec des descriptifs améliorés, des images à 360° de haute définition, des vidéos, des dimensions de taille plus réelles ou de la réalité virtuelle. Ils examinent également la possibilité d'enregistrer des aides supplémentaires pour les clients et d'ajouter des informations complémentaires aux articles (p.ex., les tailles internationales). Dans ce contexte, ils développent ensemble avec le Category Management ou les succursales des idées de services qu'ils peuvent proposer dans la boutique en ligne. Ils exploitent ainsi le potentiel de diversification, tout comme l'opportunité de compléter le modèle économique par d'autres sources de revenus.</p> <p>Leur objectif est d'augmenter la conversion et d'éviter les retours, ce qui signifie qu'ils s'assurent que les produits ou les services soient décrits de manière précise et réaliste.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce établissent les chiffres de ventes et le chiffre d'affaires des produits ou des services et clarifient les possibilités de ventes des produits ou services recherchés sur d'autres canaux de vente (p.ex. dans le commerce stationnaire). Si les produits ou services recherchés se vendent bien sur ces autres canaux, mais génère peu de revenus dans la boutique en ligne, les spécialistes du e-commerce analysent plus précisément la présentation des produits dans la boutique en ligne et vérifient si les informations-produits sont pertinentes. De cette manière, ils tirent des conclusions de la présentation de leurs produits en lien avec le Customer Journey.</p>	<p>Les spécialistes e-commerce...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • pilotent de manière proactive le développement de la présentation des produits. • apportent des idées de services par rapport aux produits. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances approfondies du Customer Journey et des besoins du client. • ont de bonnes connaissances des outils d'analyses appropriés pour le placement des articles et la présentation des produits. • ont de bonnes connaissances des systèmes de gestion et de contenu de l'entreprise. • ont de bonnes connaissances des moyens d'augmenter les ventes croisées ou « Upselling ». <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent à toujours se mettre à jour en termes de nouvelles tendances et innovations pour que les produits de la boutique en ligne/plateforme digitale soient présentés de manière attrayante. • veillent toujours à ce que la description de l'article soit appropriée et exacte, afin d'éviter les achats erronés et les retours. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les ventes de produits ou services sur d'autres canaux de ventes et prennent les mesures appropriées pour créer, dans la boutique en ligne/plateforme digitale, une présentation du produit en adéquation avec le Customer Journey.

6.3 Domaine de compétences opérationnelles C : Digitalisation des processus de vente

Situation de travail	Critères de performance
<p>C.1 Analyser et présenter le comportement d'utilisation digitale des clients</p> <p>Les spécialistes du e-commerce sont attentifs aux besoins des clients actuels et futurs et analysent le comportement du client en ligne, c'est-à-dire qu'ils étudient l'attitude des clients dans la boutique en ligne/plateforme digitale. À cette fin, ils utilisent toutes les sources et les données dont ils disposent à partir des programmes enregistrés, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ils font des recherches chez d'autres commerçants pour voir comment ils répondent aux besoins des clients (Bench marketing). • Ils mènent des enquêtes auprès des clients pour récolter leur expérience et leurs besoins (p.ex. Focus Groups). • Ils retracent le circuit des clients dans la boutique en ligne/plateforme digitale (p.ex. le taux de conversion) et repèrent les modèles de comportement. Pour se faire, ils divisent les clients en groupes de clients et tirent des enseignements des analyses sur le volume de recherche. Ils se demandent par exemple : est-ce que le produit ou le service est bien présenté et mis en valeur de manière significative ? Est-ce que le client a besoin d'informations supplémentaires ? • Ils analysent les chiffres clés ou les facteurs de coûts importants (p.ex. par quels terminaux virtuels ou de quelle région les clients achètent) et recherchent activement des feedbacks (p.ex. les feedbacks des clients de la filiale ou par courriel, du service client, des « chat online » et des réseaux sociaux) ou des résultats de recherches organiques (p.ex. Google Analytics). <p>Les spécialistes du e-commerce regroupent tous les résultats. Ils exportent, interprètent et évaluent les résultats de leurs analyses internes et externes. Ils en tirent les conclusions pour le processus de vente (p.ex. déterminer les prix maxima, présenter des vues personnalisées de la boutique en ligne) et présentent à la direction comment les besoins actuels des clients se manifestent dans la boutique en ligne/plateforme digitale. Ils examinent quels changements sont nécessaires en termes de stratégie d'entreprise, d'objectifs et de processus afin d'améliorer l'expérience du client dans la boutique en ligne/plateforme digitale. Dans ce but, ils travaillent en étroite collaboration avec d'autres départements en charge d'évaluer le comportement des utilisateurs, par exemple les agences ou les personnes du département marketing.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • évaluent le comportement digital des clients de la boutique en ligne/plateforme digitale. • présentent à la direction des conclusions sur les besoins actuels des clients dans la boutique en ligne/plateforme digitale. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont de bonnes connaissances des outils d'analyse du comportement client et des outils de tracking. • ont des connaissances approfondies des indicateurs clés de performance et des facteurs de coûts. • ont de bonnes connaissances de présentation/visualisation des données et résultats de recherches en fonction du groupe cible (Management Summary). • ont des connaissances approfondies de la stratégie, des objectifs et des processus de l'entreprise. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent à toujours se tenir informer des études pertinentes et créent des échanges avec d'autres spécialistes du e-commerce. • s'engagent à traiter les données et l'historique des clients de manière ciblée et confidentielle. • sont conscients de l'importance des stratégies de vente en ligne/omnicanal. • s'investissent à faire correspondre les tendances actuelles de navigation avec les objectifs de l'entreprise. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • interprètent les résultats de leurs analyses et conclusions et en tirent des conséquences pour le processus de vente. • analysent les stratégies, les objectifs et les processus de l'entreprise et en déduisent les mesures d'amélioration appropriées pour une expérience client optimale dans la boutique en ligne/plateforme digitale.
<p>C.2 Créer une expérience client digitale</p> <p>Les spécialistes du e-commerce travaillent en étroite collaboration avec l'équipe marketing, l'équipe de la rédaction et le service clientèle afin de créer des expériences</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p>

<p>digitales pour les clients, qui aboutissent à un achat (conversion). Dans ce but, ils apportent leur soutien au développement du Customer Journey et y incluent tous les Touchpoints pertinents (Omnicanal). Ils présentent les produits ou services proposés de manière pertinente tout au long du Customer Journey. En fonction du groupe cible et de la gamme de produits, ils utilisent des méthodes comme le Storytelling, le Content, les recommandations, les évaluations, les vidéos explicatives et d'autres mesures de marketing pour rendre l'expérience client concrète et vivante (p.ex. présenter des vêtements sous forme de défilé de mode ou utiliser des vidéos, blogs, visualisation 3D, etc. Ils introduisent des possibilités d'expérience personnalisée, comme « ceci pourrait également vous intéresser... ». Dans la mesure du possible, ils impliquent également leur propre équipe de rédaction. En concertation avec le service marketing, les spécialistes du e-commerce utilisent également les médias sociaux comme canal de communication pour guider le client sur la boutique en ligne/plateforme digitale (p.ex. à l'aide de tests de produits ou de liens vers des produits ou services).</p> <p>Les spécialistes du e-commerce s'investissent pour créer un lien avec leurs clients et les utilisent ensuite, si possible, comme ambassadeur (p.ex. sous forme de recommandations (« recommander à un ami ») ou dans le cadre de bonnes notes sur des grilles d'évaluation).</p> <p>Les spécialistes du e-commerce reconsidèrent régulièrement l'expérience des clients dans la boutique en ligne/plateforme digitale et utilisent leurs idées et conclusions dans le développement du processus de vente en ligne et les rassemblent pour les transmettre aux services concernés (p.ex. dans un tableau en ligne de récolte d'idées).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • créent des expériences clients digitales en collaboration avec l'équipe marketing, l'équipe de rédaction et le service clientèle, dans le but d'augmenter les ventes. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances approfondies du développement des Customer Journeys spécifiques aux groupes cibles. • ont des connaissances approfondies des produits, des gammes de produits, ainsi que des offres de services. • ont des connaissances approfondies de méthodes d'amélioration de l'UX. • ont des connaissances approfondies des Recommendation-Engines. • ont des connaissances approfondies des possibilités de Cross et Upselling. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent à ce que les produits ou services soient toujours présentés en adéquation avec les groupes cibles et de manière concrète et vivante. • préconisent les possibilités d'individualisation. • utilisent les médias sociaux comme canal de communication de manière ciblée et appropriée. • utilisent leurs clients comme ambassadeurs du produit ou du service. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent leurs offres marketing et le processus de vente et, si nécessaire, lancent des actions ciblées, dans le but de maintenir un taux de retour faible. • reconsidèrent régulièrement l'expérience client vécue dans la boutique en ligne/plateforme digitale et la développent avec de nouvelles idées et l'expérience des clients.
<p>C.3 Accompagner et soutenir les clients en ligne pendant et après le processus d'achat</p> <p>Les spécialistes du e-commerce, en tant que chefs de projets, s'assurent en collaboration avec le service IT, que le processus de vente en ligne fonctionne. Ils sont responsables du bon fonctionnement de l'expérience d'achat des clients. Si les clients contactent le service client par téléphone/hotline ou par courrier électronique et que celui-ci n'est pas en mesure de les aider, les spécialistes du e-commerce prennent en charge, avec leur équipe, les demandes et les commentaires complexes (Third Level Support) et guident les clients dans la boutique en ligne au cas par cas (p.ex. en fournissant une assistance dans le chat online). De ces situations, ils mettent en place des mesures pour améliorer le Customer Journey. Ils tiennent consciencieusement leurs promesses et engagements envers les clients. Ils mettent en place des mesures de Cross et Upselling (p.ex. des Chatbots, des caractéristiques techniques, des indications au moment du paiement, d'autres clients ont également acheté...). De manière aléatoire, ils étudient des commandes de clients et leurs historiques et saisissent les opportunités d'offrir à leurs clients des Giveaways appropriés.</p> <p>En collaboration avec le service client, les spécialistes du e-commerce analysent les demandes de renseignements après-vente qui sont particulièrement fréquentes et qui</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • soutiennent les clients en ligne pendant et après le processus d'achat. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances approfondies des produits ou services, des prix (comparaisons) et des gammes de produits. • ont de bonnes connaissances des processus et services omnicanal courants. • ont de bonnes connaissances du Third-Level-Support. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent toujours à ce que le processus de vente en ligne fonctionne. • se montrent toujours ouverts, respectueux et compréhensifs envers les clients. • veillent toujours à une bonne collaboration avec le service client et les développeurs. • veillent toujours à trouver des solutions rapides et orientées vers le client. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les feedbacks et les commentaires complexes et mettent en œuvre des mesures d'amélioration ciblées pour le Customer Journey.

prennent beaucoup de temps. Ils en tirent des conclusions pour une digitalisation des processus après-vente, axée sur les besoins et si possible, les mettent en œuvre afin de réduire les temps d'attente (p.ex. communication digitalisée, intégration des cas de garantie dans le processus). Ils veillent à ce que les processus digitalisés d'après-vente fonctionnent.

Les spécialistes du e-commerce repensent régulièrement l'interaction avec leurs clients et développent de nouvelles approches (p.ex. intégrer dans la boutique en ligne des options de visualisation en temps réel pour réaliser des ventes ou fidéliser le client).

- analysent les demandes de renseignements après-vente et en concluent des mesures d'amélioration ciblées pour la digitalisation des processus d'après-vente.
- reconsidèrent régulièrement leurs interactions avec les clients et développent de nouvelles approches en matière de satisfaction et de fidélisation des clients ainsi que des mesures de Cross-/Upselling.

6.4 Domaine de compétences opérationnelles D : Réalisation d'activités marketing

Situation de travail	Critères de performance
<p>D.1 Planifier des activités de promotion ou des campagne marketing (omnicanal)</p> <p>Les spécialistes du e-commerce travaillent selon un concept marketing et médiatique prédéfini ou sur un planning éditorial. Conformément au planning du Marketing, ils créent des plans marketing, des plannings éditoriaux et de production liés aux événements et aux campagnes marketings. Sur cette base, ils vérifient et planifient quelle mesure de performance est appropriée et, selon les besoins, dirigent leur choix sur divers canaux médiatiques (p.ex., site web, blog, newsletter, médias sociaux, Display et Remarketing, moteur de recherche).</p> <p>Lors de la mise en œuvre des divers plannings, ils réfléchissent à la meilleure façon d'atteindre leurs publics cibles et adaptent le contenu des communications, les canaux, le calendrier et le budget en conséquence. Ils décident des canaux sur lesquels l'événement ou la campagne peuvent être réalisés afin de présenter le produit ou le service sur tous les canaux digitaux dans le sens du storytelling. Dans ce but, ils analysent quels canaux créent le chiffre d'affaires le plus élevé et utilisent les KPIs, le chiffre d'affaires, le taux de conversion et les facteurs de coûts pour créer des planifications. Ils utilisent les moyens actuels à disposition pour l'automatisation des processus.</p> <p>Ils consultent également les représentants d'autres canaux de vente (p.ex. le commerce stationnaire). Les spécialistes du e-commerce fournissent aux organes compétents des idées et inputs concrets pour la création de supports médiatiques spécifiques et s'assurent que les directives en vigueur, en matière de protection des données, soient respectées. Ils prennent également en compte l'impact que le support médiatique peut engendrer sur les autres canaux de distribution. Ils transmettent au service marketing des feedbacks concrets et proposent, sur la base de leur expérience pratique, des mesures d'amélioration concrètes.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> planifient des actions publicitaires ou des campagnes de marketing (omnicanal) spécifiques. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> ont de bonnes connaissances en marketing digital. <ul style="list-style-type: none"> ont des connaissances approfondies du droit de la publicité et de la protection des données. ont des connaissances approfondies des besoins des segments de clientèle et des parties prenantes visées. ont des connaissances de base des outils/possibilités publicitaires actuels et de leurs caractéristiques spécifiques. ont de bonnes connaissances de l'utilisation de la publicité en ligne spécifique à un groupe cible. ont de bonnes connaissances pour mettre sur pied et gérer des plans marketings, de rédaction et de production. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> s'assurent toujours que le flux d'informations soit transmis de manière claire et transparente, ceci à l'interne et à l'externe. sont motivés à collaborer étroitement avec les équipes Content/Newsroom et marketing. veillent à choisir les médias appropriés pour les actions publicitaires en tenant compte des groupes cibles. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> analysent leur groupe cible et adaptent en conséquence le contenu de leur communication, les canaux, les délais et le budget. analysent leur expérience pratique et transmettent à l'équipe marketing un feedback concret et des suggestions d'amélioration.
<p>D.2. Mettre en place des activités de promotion ou des campagnes marketing (omnicanal)</p> <p>Les spécialistes du e-commerce recherchent dans leur boutique en ligne des produits ou services qui peuvent être combinés dans une offre et consultent les spécialistes du Category Management pour déterminer comment et à quel moment les assortiments doivent être combinés (p.ex. rentrée scolaire, aménagement du salon, saisons). Pour se faire, ils utilisent par ex. des analyses du panier d'achat qui leur donnent des indications sur ce que les clients commandent souvent ensemble, ou alors ils font des recherches auprès de la concurrence. Dans leur travail, ils prennent en compte les</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> mettent en œuvre les mesures publicitaires ou les campagnes marketing dans la boutique en ligne/plateforme digitale. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> ont des connaissances approfondies du marché, des produits et des services. ont de bonnes connaissances d'outils d'analyse du panier d'achat. ont des connaissances approfondies des stratégies publicitaires internes et des éventuelles directives.

<p>mesures de marketing de leurs concurrents et en déduisent des suggestions d'amélioration pour leur entreprise.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce placent eux-mêmes la publicité ou mandatent une agence et surveillent la mise en ligne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances approfondies des activités marketing des concurrents. • ont de bonnes connaissances du Storytelling. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent à suivre de près les tendances et nouveautés dans le domaine des innovations technologiques pour les campagnes marketing. • veillent à entretenir une bonne collaboration avec le Category Management, avec d'autres agences et départements. • veillent à avoir des échanges de connaissances réguliers avec des spécialistes internes ou externes. • veillent à toujours présenter le produit ou le service sur tous les canaux digitaux, d'une manière axée sur l'expérience. • veillent à transmettre les informations des mandats de manière claire et ciblée aux organes concernés. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les stratégies marketing de la concurrence et en déduisent des mesures d'amélioration ciblées pour leur domaine de responsabilité.
<p>D.3 Analyser les effets des activités marketing et prendre des mesures</p> <p>Les spécialistes du e-commerce analysent les retombées des actions de marketing en ligne sur la base de KPIs (p.ex. ROA), ils en déduisent des mesures et recherchent si nécessaire avec l'agence des solutions d'optimisation. Pour se faire, ils suivent de près le comportement des clients lors de chaque campagne. Ils analysent à l'aide des outils à disposition (p.ex. Google Analytics) l'impact des actions publicitaires ou de la campagne marketing (omnicanal) lancées sur la boutique en ligne/plateforme digitale. Ils utilisent les données déterminées au préalable et/ou reprennent les données des agences avec lesquels ils ont réalisé l'action publicitaire.</p> <p>Afin de garantir une évaluation pertinente, ils sélectionnent les données importantes et les représentent graphiquement de manière compréhensible. Ils évaluent les indicateurs clés de performance (KPI) prédéfinis de leur action publicitaire, effectuent des contrôles budgétaires et interprètent les résultats obtenus. Ils en déduisent des mesures et des propositions d'amélioration pour les actions futures, en termes de stratégie d'entreprise, d'objectifs et de processus. Ils informent ensuite les départements concernés via divers canaux (p.ex. par des briefings hebdomadaires ou quotidiens) et publient les conclusions dans les canaux internes pertinents.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • interprètent la qualité des activités marketing menées en vue de mesures d'optimisation. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances approfondies des stratégies d'entreprise (omnicanal), des objectifs et des processus. • ont de bonnes connaissances des outils, les plus importants pour l'analyse des actions publicitaires. • ont de bonnes connaissances des KPI importants et des contrôles budgétaires des actions publicitaires. • ont de bonnes connaissances en matière de traitement et présentation des données. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • s'engagent à fournir une représentation graphique compréhensible de leur évaluation. • sont motivés à transmettre les résultats aux départements concernés par le biais de divers canaux. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • vérifient les effets des mesures de marketing en ligne à l'aide des indicateurs clés de performance (KPI) et en déduisent des suggestions d'amélioration ciblées pour les activités futures.

6.5 Domaine de compétences opérationnelles E : Interagir avec des interfaces

Situation de travail	Critères de performance
<p>E.1. Coordonner les interfaces logistiques</p> <p>Les spécialistes du e-commerce coordonnent régulièrement leurs activités avec l'interface logistique.</p> <p>Ils transmettent à la logistique des informations pertinentes sur les nouveautés et les tendances (p.ex. sur les emballages, les réflexions sur la gestion durable).</p> <p>Avec la logistique, ils coordonnent le processus logistique ainsi que les systèmes de livraison et se mettent régulièrement d'accord sur les capacités des ressources (p.ex. suffisamment de personnel, suffisamment d'espace pour de nouveaux produits, suffisamment de moyens financiers). Ils assurent l'équilibre entre les capacités logistiques et les activités marketing.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce vérifient simultanément les données et informations qu'ils reçoivent de la logistique, et leurs pertinences pour la boutique en ligne. Ils en déduisent les mesures appropriées (p.ex. les raisons des retours et trouver les mesures permettant de réduire les retours).</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • coordonnent l'interface avec la logistique. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances de base des processus, des systèmes informatiques et des chiffres clés de la logistique. • ont des connaissances approfondies des autorités compétentes et des canaux d'information au sein de la logistique. • ont des connaissances de base des systèmes de distribution et de leurs caractéristiques. • ont des connaissances de base en matière de logistique durable et de gestion des déchets. • ont de bonnes connaissances d'outils pour la planification des besoins en matière de stockage durable et des voies de transport optimales. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent toujours à ce que la transmission d'information se fasse de manière efficace et ciblée. • veillent à ce que leurs mesures soient appliquées en respectant les délais. • veillent à communiquer avec leurs clients de manière proactive et transparente. • sont toujours attentifs à la gestion précise de l'ERP/outil logistique. • veillent à diminuer les pertes et la quantité de déchets et augmentent le taux de recyclage. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent l'interface avec la logistique et proposent des mesures pour accroître l'efficacité énergétique de l'infrastructure.
<p>E.2 Coordonner les interfaces avec le Category Management</p> <p>Les spécialistes du e-commerce se coordonnent régulièrement avec l'interface Category Management (CM). Ils transmettent au CM des informations pertinentes provenant de leurs analyses des besoins des clients ou de leurs outils d'analyse (p.ex. le comportement de recherche, les termes de recherches). Ils négocient avec le CM l'organisation de l'assortiment ou les changements de regroupement de l'assortiment et se mettent régulièrement d'accord sur les nouveaux produits ou services. Les spécialistes du e-commerce recherchent proactivement le soutien du CM pour la maintenance des produits et services, et l'élargissement de la gamme de produits. En parallèle, les spécialistes du e-commerce reprennent les propositions du CM et mettent en avant les nouveaux produits/services dans les Stories.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • coordonnent l'interface avec le Category Management. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont de bonnes connaissances dans l'analyse des besoins clients. • ont des connaissances de base dans l'organisation d'assortiment. • ont des connaissances approfondies des caractéristiques spécifiques des produits ou services, des labels et des certifications. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • s'engagent à élargir la gamme de produits pour des produits et services respectueux de l'environnement et du climat.

	<ul style="list-style-type: none"> • entretiennent un échange régulier et proactif avec le Category Management sur les nouvelles conceptions de la gamme de produits ou les idées de produits ou de services. • sont motivés à inclure les propositions du Category Management dans leur implémentation. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les besoins des clients en ce qui concerne les nouveaux produits ou services et donnent un feedback au Category Management pour l'optimisation de la sélection de l'assortiment.
<p>E.3 Coordonner les interfaces des canaux de distribution omnicanal</p> <p>Les spécialistes du e-commerce collaborent avec les représentants d'autres canaux de distribution et définissent les voies de distribution possibles. Dans ce but, ils convertissent la stratégie d'entreprise (omnicanal) en idée concrète (p.ex. click & collect). En collaboration avec les représentants d'autres canaux de distribution, ils planifient, réalisent et évaluent la mise en œuvre. Ils évaluent financièrement les canaux de distribution omnicanal. Ils échangent régulièrement avec les employés sur le terrain et les informent du développement de la boutique en ligne. Ils expliquent le déroulement et les processus de la boutique en ligne pour qu'ils puissent l'utiliser dans les points de vente. De cette façon, ils sensibilisent les employés à considérer la boutique en ligne comme une valeur ajoutée et non comme une concurrence.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • coordonnent l'interface avec d'autres voies de distribution. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont de bonnes connaissances des stratégies d'entreprise (omnicanal). • ont de bonnes connaissances des mesures omnicanal et des canaux de distributions. • ont de bonnes connaissances de l'évaluation des canaux de distribution omnicanal. • ont des connaissances de base du Change-Management. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • prennent soin d'expliquer aux employés de manière compréhensible et convaincante la plus-value d'une boutique en ligne. • veillent à toujours informer les employés du déroulement et des processus en cours. • sont motivés à échanger régulièrement des idées avec les représentants d'autres canaux de distribution et dans le but de se tenir au courant des nouvelles tendances et innovations. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent la stratégie de l'entreprise et en tirent des idées concrètes, appropriées pour les canaux de distribution omnicanal.
<p>E.4 Contrôler la conformité juridique de la plateforme digitale</p> <p>Les spécialistes du e-commerce contrôlent la conformité juridique des contrats digitaux standards avec les clients et tiennent compte des principes juridiques propres à chaque pays.</p> <p>Il s'agit notamment de clarifications concernant les conditions générales, la protection des données (p.ex. cookie banner), les droits d'auteur ou des clarifications en rapport avec l'ordonnance sur l'indication des prix.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce décident dans quelles situations des clarifications juridiques sont nécessaires et clarifient les doutes auprès de spécialistes ou de la direction.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • clarifient les questions juridiques avec les spécialistes ou la direction. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances de base du droit des contrats en Suisse et dans l'UE. • ont des connaissances de base des conditions générales, de la protection des données, des droits d'auteur et de l'ordonnance sur l'indication des prix. • ont des connaissances de base des ressources et bureaux spécialisés qui sont à disposition en cas de questions juridiques. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • s'engagent en faveur d'un environnement juridiquement sûr pour la plateforme digitale. <p>Métacognition</p>

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• évaluent dans quelles situations des clarifications juridiques sont nécessaires et prennent des mesures pour clarifier les incertitudes. |
|--|--|

6.6 Domaine de compétences opérationnelles F : Gestion de projet et d'équipes de projets

Situation de travail	Critères de performance
<p>F.1 Mise en œuvre, dans leur propre domaine, les stratégies (omnicanal) prédéfinies</p> <p>Les spécialistes du e-commerce impliquent activement leur équipe dans le processus de mise en œuvre de la stratégie prédéfinies (omnicanal) et mènent un dialogue sur la réalisation des objectifs de la stratégie. Dès que des craintes ou des résistances se font sentir, ils les abordent et mettent en place les mesures appropriées pour les éliminer. Ils accompagnent et soutiennent la mise en œuvre des mesures stratégiques ainsi que les changements dans le processus et ils veillent à ce que les retombées soient un succès.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce implantent, de manière cohérente, les pratiques opérationnelles sur tous les canaux utilisés et veillent à un échange régulier avec tous les canaux impliqués. De plus, ils défendent les intérêts de l'entreprise auprès de tiers.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> mettent en œuvre les stratégies (omnicanal) prédéfinies avec leur équipe. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> ont des connaissances approfondies des stratégies omnicanal et de modèles d'entreprise numériques. ont des connaissances de base dans le domaine des techniques de communication orientées aux groupes cibles. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> sont motivés à contribuer de manière proactive à l'élaboration et au suivi des mesures stratégiques et des changements de processus. veillent toujours à ce que les craintes et les résistances soient immédiatement traitées de manières constructives et mettent en œuvre les solutions adaptées. sont motivés à mettre en œuvre les pratiques opérationnelles par le biais de tous les canaux utilisés. veillent à un échange régulier via tous les canaux concernés. s'engagent à défendre les intérêts de l'entreprise auprès de tiers. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> analysent la mise en œuvre des mesures stratégiques et des changements de processus et en déduisent des optimisations ciblées. classifient les propriétés et mécanismes des modèles commerciaux numériques.
<p>F.2 Diriger des projets E-commerce</p> <p>Les spécialistes du e-commerce planifient, structurent, coordonnent et dirigent ou accompagnent des projets numériques de manière méthodique et économiquement durable. Ce faisant, ils assument la responsabilité de la planification, d'une communication orientée aux groupes cibles et de la faisabilité du projet. Ils calculent, gèrent et contrôlent le budget du projet et tiennent compte des coûts de processus variables de leur modèle économique (par exemple les frais d'expédition, les frais de paiement, la préparation de la commande, le traitement des retours).</p> <p>Les spécialistes du e-commerce priorisent les tâches selon leur importance et leur urgence et planifient, de manière réaliste, la mise en œuvre des tâches. Ils délèguent, selon leurs possibilités, les tâches moins importantes à des spécialistes ou des collaborateurs et veillent à ce qu'elles soient bien coordonnées.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce veillent à prévoir des créneaux horaires pour travailler sans être dérangés. Ils planifient les rendez-vous et les réunions bien à l'avance et</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> mènent des projets e-commerces de manière méthodique et économiquement durable. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> ont de bonnes connaissances de la gestion de projet agile et des outils de gestion de projet. ont des connaissances de base des facteurs de coûts/chiffres clés pertinents dans les projets e-commerce. ont de bonnes connaissances de la budgétisation et du contrôle des projets. ont de bonnes connaissances des techniques de gestion. <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> veillent toujours à une répartition équitable et claire des tâches. veillent à toujours traiter leurs employés de manière valorisante et motivante. veillent à ce que la communication soit adaptée aux groupes cibles lors de la mise en œuvre des projets. sont attentifs à une préparation ciblée et à un déroulement structuré des projets.

<p>informent toutes les personnes concernées en temps utile. Ils attachent toujours une grande importance à la préparation et à une mise en œuvre structurée.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce se caractérisent par le fait qu'ils n'utilisent pas uniquement les outils classiques de gestion de projet, mais qu'ils travaillent également avec des méthodes agiles et des outils numériques.</p> <p>Ils évaluent le succès de leurs projets sur la base de chiffres clés et de facteurs de coûts sélectionnés, en collaboration avec le service du Controlling, et utilisent les résultats pour la suite de leurs projets.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sont motivés à prioriser les tâches en fonction de leur urgence et du délai imparti. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les projets sur la base de chiffres clés et de facteurs de coûts sélectionnés avec le service du Controlling et en déduisent des mesures ciblées pour la suite du projet.
<p>F.3 Diriger les équipes de projets de manière professionnelle</p> <p>Les spécialistes du e-commerce apportent de nouvelles idées dans leur équipe de projet et dans le cadre de projet, ils dirigent régulièrement et de manière professionnelle différents groupes (virtuels) au sein de l'entreprise ou d'agences externes. Ce faisant, ils émettent des tâches complètes et clairement formulées qui sont nécessaires pour atteindre l'objectif souhaité. Ils se préparent soigneusement et sélectionnent les employés selon leurs compétences pour les diverses tâches du projet. Du fait que tous les employés ne soient pas toujours présents, ils prennent les mesures appropriées pour garantir une communication efficace et que les informations pertinentes soient transmises à tous les membres de l'équipe du projet.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce contrôlent la réalisation de chaque étape du projet et donnent des feedbacks sous forme d'entretien situationnel. Si les attentes d'une étape du projet ne sont pas satisfaites, ils le communiquent immédiatement et prennent les mesures appropriées.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce favorisent une culture d'équipe appropriée et veillent à soutenir habilement les interfaces entre les équipes de projets digitaux et analogiques. Ils ne considèrent pas les équipes du commerce stationnaire comme des concurrents et travaillent activement à ce que les différentes équipes se considèrent comme une seule et grande équipe. Une coopération efficace est une priorité pour eux. Ils réagissent immédiatement aux problèmes et difficultés et mettent directement en place les mesures appropriées.</p> <p>Les spécialistes du e-commerce analysent les situations professionnelles du quotidien tout comme les situations extraordinaires et résolvent les problèmes de manière globale et en tenant compte de tous les aspects entrepreneuriaux de leur entreprise. Ils décident rapidement et avec assurance de la suite des opérations. Ils remettent régulièrement en question la compréhension de leur rôle et se confrontent aux attentes explicites et implicites. Afin d'y parvenir, ils développent leurs propres compétences de communication ainsi que leur capacité de gestion de projet, et adaptent leur comportement en fonction.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • gèrent et soutiennent différentes équipes sur le plan technique. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont de bonnes connaissances dans le domaine de la gestion du personnel et de l'encadrement d'équipe. • ont de bonnes connaissances des outils et techniques appropriés pour le travail en équipe. • ont de bonnes connaissances en matière d'entretien situationnel et de techniques de feedback. • ont de bonnes connaissances des techniques de présentation et de communication. • veillent à ce qu'il y ait une bonne culture d'équipe <p>Attitudes, valeurs, motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent à toujours détailler les missions de manière complète et claire. • sont motivés à distribuer les tâches aux différentes parties prenantes en fonction de leurs capacités. • assurent un bon échange d'informations et une communication efficace au sein de l'équipe. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les étapes et les problèmes du projet et, si nécessaire, mettent en place des mesures d'amélioration pour la suite du projet. • réfléchissent régulièrement à la conception de leur rôle et développent continuellement leurs compétences en matière de communication et leurs techniques de gestion au sein de l'équipe.

F.4 Planifier, suivre et évaluer l'exécution financière des projets

Les spécialistes du e-commerce planifient et contrôlent l'exécution financière des projets et des investissements dans leur domaine de responsabilité (par ex. les événements en dehors de l'activité quotidienne). Ce faisant, ils gardent une vue d'ensemble sur le budget établi, demandent des offres et évaluent et comparent consciencieusement les bénéfices et les coûts. Sur cette base et si nécessaire, ils font la demande de financement ou d'investissement.

Les spécialistes du e-commerce contrôlent la mise en œuvre du projet sur la base des chiffres clés correspondants et ils évaluent la faisabilité financière du projet. Pour les gros projets ou investissements importants ils fournissent les bases décisionnelles.

Les spécialistes du e-commerce ...

Potentiel d'action

- mettent en œuvre financièrement les projets et les investissements dans leur domaine de responsabilité.
- fournissent les bases décisionnelles en cas de projets ou d'investissements importants.

Connaissances, compréhension

- ont des connaissances approfondies des ressources financières disponibles et des instruments de contrôle pour la gestion des projets.
- ont des connaissances approfondies de la budgétisation et du chiffre d'affaires des projets.
- ont des connaissances de base du calcul des investissements.

Attitudes, valeurs, motivation

- sont conscients des coûts et des bénéfices des projets.
- veillent toujours à ce que l'argumentation des projets soit compréhensible.
- sont conscients de l'importance du contrôle de la qualité pour la gestion de projet.
- sont toujours ouverts aux critiques concernant la réalisation financière du projet.

Métacognition

- évaluent les avantages et les inconvénients ainsi que les conséquences financières des décisions et en déduisent des mesures de modification appropriées pour les projets futurs.

6.7 Domaine de compétences opérationnelles G : Travailler en réseau et agir sur le marché digital

Situation de travail	Critères de performance
<p>G.1 Établir et utiliser des réseaux d'affaire</p> <p>Les spécialistes du e-commerce se constituent un réseau professionnel sur le marché digital et entretiennent régulièrement leurs contacts. Ils recherchent des développements technologiques pour eux-mêmes et pour leur entreprise. Ils récoltent régulièrement des informations au moyen de Newsletter, de visites de salons professionnels, de webinars ou de revues spécialisées. Ils utilisent le savoir-faire à l'interne et tirent parti de l'expérience acquise grâce aux échanges actifs avec leurs collègues. Ils échangent régulièrement des informations avec les développeurs web et des personnes ayant des tâches similaires. Ils reconnaissent la plus-value des adhésions à des associations professionnelles et échangent activement des idées avec d'autres spécialistes. Ce faisant, ils vont aussi au-delà des frontières de leur secteur et de leur pays. Ils voient le potentiel qu'ils peuvent tirer de leur propre réseau pour leur travail et l'utilisent activement et de manière ciblée.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Le potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • entretiennent leur réseau professionnel sur le marché digital et le développent en permanence. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont une connaissance approfondie du marché et des concurrents, au niveau national et international. • ont de bonnes connaissances des canaux des réseaux internes et externe. <p>Attitudes, valeurs motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • s'efforcent à utiliser de manière ciblée les événements et adhésions aux associations professionnelles dans le but de développer leur réseau. • s'engagent à un échange transparent avec les parties prenantes pertinentes pour la profession. • sont motivés à nouer de nouveaux contacts qui permettent de faire fructifier leur entreprise et de mettre à disposition leur expériences et leurs connaissances en la matière. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent leur réseau professionnel et identifient les coopérations et synergies possibles pour leur entreprise.
<p>G.2 Encourager et soutenir la digitalisation et les processus de changement sur le lieu de travail</p> <p>Avec l'accord de leur supérieur, les spécialistes du e-commerce soutiennent les processus de digitalisation et de changement panifiés sur le lieu de travail. Ils mettent l'accent sur l'automatisation des processus du travail de routine. Ils montrent de l'intérêt pour les raisons et les objectifs du projet et demandent des clarifications s'il y a une imprécision dans les objectifs. Ils s'informent sur les processus de changement ainsi que sur les nouveaux outils et tendances permettant d'optimiser et de simplifier les processus de travail. En accord avec leur supérieur, ils suivent régulièrement des formations complémentaires sur les thèmes liés à la digitalisation et utilisent leur savoir-faire digital en proposant de nouveaux outils et tendances au sein de leur entreprise. Ils suivent en permanence ce qui se passe dans la branche et le développement du marché digital. Ils identifient les possibilités avant-gardistes pour optimiser leurs activités, rassemblent leurs idées et les transmettent de manière ciblée. Ils présentent de manière convaincante les avantages des technologies utilisées ou des projets de changements aux supérieurs, aux collaborateurs et aux clients. Ceci en démontrant, dans la mesure de leur possibilité, leurs visions d'avenir, leurs idées et les possibilités d'amélioration. Ils font face aux éventuelles résistances et les dépassent. De plus, ils instaurent en toute sécurité l'utilisation de nouvelles technologies et offrent à leurs pairs un soutien dans leur utilisation et pendant la période de changement. Ils prennent connaissances</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • soutiennent les processus de digitalisation et de changement prévus sur le lieu de travail <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont de bonnes connaissances en matière de Change-Management. • ont de bonnes connaissances dans le domaine de l'évaluation des processus de changement et des progrès dans le domaine digital. • ont de bonnes connaissances des techniques de présentation, argumentation et communication. <p>Attitudes, valeurs motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • veillent à toujours être au courant des tendances et innovations sur le marché digital et de manière spécifique à l'entreprise. • sont motivés à transmettre de manière compréhensible les aspects positifs de la digitalisation à leurs employés. • veillent toujours à ce que les objectifs soient formulés de manière appropriée et convaincante pour le groupe cible. • sont motivés à prendre en compte les craintes, les impulsions et les suggestions d'amélioration et à les transmettre aux services responsables. • veillent toujours à traiter les résistances et les défaites de manière constructive et orientée solution.

<p>des nouvelles idées, propositions d'amélioration, ainsi que des craintes au sein de leur équipe et les transmettent aux services responsables. .</p>	<p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysent les processus de digitalisation et de changement sur le lieu de travail et lancent des mesures d'optimisation ciblées. • analysent les processus de travail et, si nécessaire, offrent un soutien ciblé dans l'utilisation des nouvelles technologies.
<p>G.3 Mise en place d'une gestion des compétences personnelles</p> <p>Les spécialistes du e-commerce façonnent leur développement professionnel en reconnaissant l'importance de l'apprentissage tout au long de la vie et en le mettent en œuvre de manière ciblée. Ils sont constamment à la recherche d'opportunités de développement dans leur domaine professionnel et se tiennent informés en lisant des revues ou publications spécialisées dans leur domaine. De plus, et en accord avec leurs supérieurs, ils suivent des cours de formation continue ciblés et orientés vers l'avenir qui leurs permettent d'élargir leurs compétences.</p> <p>Face aux défis et aux situations stressantes, ils utilisent des stratégies éprouvées. Ils examinent régulièrement leur utilisation des ressources et définissent consciemment des mesures pour optimiser leur organisation du travail. Ils veillent ainsi à un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée.</p>	<p>Les spécialistes du e-commerce ...</p> <p>Potentiel d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • développent constamment leurs compétences personnelles en matière de commerce en ligne. <p>Connaissances, compréhension</p> <ul style="list-style-type: none"> • ont des connaissances de base des stratégies et des objectifs de l'apprentissage tout au long de la vie. • ont des connaissances approfondies des sources d'information spécifique au secteur et des possibilités de formation continue. • ont de bonnes connaissances pour un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée <p>Attitudes, valeurs motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> • font toujours preuve de motivation et de volonté pour la formation continue. • s'investissent dans une autoréflexion critique et s'engagent pour une bonne culture de feedback. • font preuve de courage et d'intérêt pour relever de nouveaux défis. <p>Métacognition</p> <ul style="list-style-type: none"> • examinent régulièrement l'utilisation de leurs ressources et définissent consciemment des mesures pour optimiser leur organisation du travail.

7 Annexe 2 : Identification des modules

7.1 Module 1 – DCO A : Création et développement d'une plateforme

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 1 correspond au domaine de compétences opérationnelles A et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce créent, exploitent et développent des boutiques en ligne, respectivement des plateformes digitales. Pour ce faire, ils analysent et définissent les exigences de base et étudient les possibilités techniques ainsi que les fournisseurs. En tant que lien entre les développeurs informatiques et le marketing, ils développent et actualisent constamment la boutique en ligne/plateforme digitale. À cette fin, ils analysent les données des clients et leur comportement d'achat dans la boutique en ligne/sur la plateforme digitale. Ils testent les innovations du point de vue technique mais aussi du point de vue du client ou ils mandatent un spécialiste pour réaliser ces tests. À partir des résultats des tests, ils tirent des conséquences pour le développement futur de la boutique en ligne/plateforme digitale.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulations d'action, par ex. : Temps de réponse du système / tests de vitesse (« exécution / développement »)
 - Effectuez des tests réguliers des temps de chargement sur mobile et desktop
 - Optimiser les temps de chargement si nécessaire
 - Analyses de situation, par ex. : Évaluation Shop-Software (« mise en place »)
 - Définir le cahier des charges
 - Pondération des critères
 - Faire une évaluation

Niveau et numéro de module

FA-HM1 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

7.2 Module 2 – DCO B : Optimisation de la présentation digitale des produits

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 2 correspond au domaine de compétences opérationnelles B et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce planifient, coordonnent et vérifient les informations sur les articles, contrôlent les contenus et confient l'optimisation à un spécialiste. Ils optimisent en permanence la présentation des produits dans le magasin en ligne/ sur la plateforme digitale. Ils coordonnent et contrôlent la création d'informations sur les articles sur la base de normes prédéfinies et d'analyses du groupe cible et font modifier les informations sur les articles. Pour optimiser la boutique en ligne/plateforme digitale, ils effectuent régulièrement des contrôles de contenu et de qualité ainsi que des analyses d'erreurs et prennent des mesures d'amélioration. La présentation du produit est constamment perfectionnée. Les spécialistes du e-commerce analysent la présentation et les ventes des produits et en déduisent des mesures et des améliorations.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulations d'action, par ex. : Importer de nouveaux produits (nouveau fournisseur) dans la boutique
 - Analyser les données de base existantes
 - Définir les données supplémentaires requises
 - Standardiser les données
 - Analyses de situation, par ex. : Analyses de produits peu vendues
 - Sélection des produits peu vendues
 - Analyser les conversation rate / taux de retour et leurs raisons
 - Décision : liquidation des stocks ou promouvoir différemment

Niveau et numéro de module

FA-HM2 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

7.3 Module 3 – DCO C : Digitalisation des processus de vente

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 3 correspond au domaine de compétences opérationnelles C et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce analysent le comportement d'utilisation digital des clients et présentent les résultats. Ils créent des expériences clients et accompagnent les clients en ligne pendant le processus d'achat. Les spécialistes analysent le comportement d'utilisation en se basant sur les données relatives à l'utilisation de la boutique en ligne/plateforme digitale ainsi que sur les analyses de la situation concurrentielle. Ils mènent des enquêtes auprès des clients et étudient leurs réactions. À partir des résultats, les spécialistes tirent des conséquences pour le processus de vente. Ils créent des expériences clients en utilisant diverses méthodes pour la conception du Customer Journey. En collaboration avec le service informatique, ils sont responsables du bon fonctionnement de l'expérience d'achat et fournissent le support du troisième niveau. Ils tirent des mesures pour l'amélioration de l'expérience client à partir de feedback.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulations d'action, par ex. : D'où vient le trafic ?
 - Effectuer et résumer le suivi des visiteurs par source / impulsion
 - Calculer les taux de conversion des promotions/ mesures
 - Analyses de situation, par ex. : Analyser l'abandon d'achat
 - Où/quand les visiteurs interrompent-ils la visite/achat (anomalies) ?
 - Paniers d'achat validés vs paniers d'achat non-validés

Niveau et numéro de module

FA-HM3 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

7.4 Module 4 – DCO D : Réalisation d'activités marketing

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 4 correspond au domaine de compétences opérationnelles D et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce planifient des mesures publicitaires ou des campagnes de marketing (omnicanal), les mettent en œuvre dans la boutique en ligne/sur une plateforme digitale, analysent leur effet et prennent les mesures appropriées. Pour chaque campagne/mesure publicitaire, les spécialistes élaborent des plans de marketing, de rédaction et de production. Selon la planification, ils proposent des assortiments et des offres combinés liés à l'occasion et la campagne et prévoient d'autres mesures publicitaires adéquates. Ils vérifient l'efficacité des mesures publicitaires à l'aide d'indicateurs spécifiques et en déduisent des mesures.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulations d'action, par ex. : Planifier une campagne événementielle (par exemple, Black Friday, Pâques, 1er août, etc.)
 - Les canaux supplémentaires à prendre en compte
 - Définir le cadre budgétaire
 - Analyses de situation, par ex. : Campagnes d'acquisition de nouveaux clients
 - Quelle campagne apporte combien de nouveaux clients
 - Combien coûte un nouveau client ?
 - Combien de nouveaux clients deviennent des clients réguliers ?

Niveau et numéro de module

FA-HM4 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

7.5 Module 5 – DCO E : Interagir avec des interfaces

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 5 correspond au domaine de compétences opérationnelles E et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce coordonnent l'interface avec la logistique, le Category Management et les canaux de vente omnicanaux. Avec la logistique, ils coordonnent le processus logistique et les systèmes de livraison et évaluent régulièrement les capacités des ressources. Ils transmettent au Category Management les informations pertinentes issues de leurs outils d'analyse ou de leurs analyses des besoins des clients. Ensemble, ils conviennent de la gamme de produits et coordonnent régulièrement les nouvelles idées de produits et de services. En concertation avec les représentants des autres canaux de distribution, ils définissent les canaux de distribution.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulations d'action, par ex. : Planifier des promotions (Black Friday)
 - Performance maximale de la logistique
 - Planifier la capacité des serveurs avec l'IT
 - Corbeille de courrier avec des informations provenant de différentes interfaces, qui doivent être classées par ordre de priorité et les mesures qui en découlent doivent être coordonnées, par ex. des problèmes de livraison du produit XY
 - Adapter les conditions de livraison sur le site web
 - Informer les clients ayant des commandes en cours
 - Prioriser des autres produits / produits de substitution (ordre de la priorisation)

Niveau et numéro de module

FA-HM5 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

7.6 Module 6 – DCO F : Gestion de projet et d'équipes de projets

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 6 correspond au domaine de compétences opérationnelles F et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce mettent en œuvre des stratégies (omnicanal) définies dans leur domaine de compétence, gèrent des projets de e-commerce et assurent la direction technique de l'équipe de projet. Ils planifient et contrôlent la mise en œuvre des projets en termes financiers et procèdent à une évaluation a posteriori. Les spécialistes impliquent activement leur équipe dans le processus de mise en œuvre de la stratégie (omnicanale) définie et dialoguent sur la réalisation des objectifs de la stratégie. Ils planifient, structurent, coordonnent et gèrent les projets numériques de manière méthodique et économiquement durable. Les spécialistes apportent des idées nouvelles à l'équipe de projet et dans le cadre du projet, ils dirigent régulièrement différents groupes (virtuels) à l'interne ou d'agences externes de manière professionnelle et efficace. Ce faisant, ils gardent une vue d'ensemble du budget, font des demandes d'offres et évaluent soigneusement et consciencieusement les avantages et les coûts.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulations d'action
 - Corbeille de courrier par ex. : Planification des tâches du projet en fonction de leur importance/urgence et leur mise en œuvre dans un temps limité

Niveau et numéro de module

FA-HM6 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

7.7 Module 7 – DCO G : Travailler en réseau et agir sur le marché digital

Conditions

Aucune

Compétence

Le module 7 correspond au domaine de compétences opérationnelles G et aux critères de performance associés.

Les spécialistes du e-commerce créent des réseaux professionnels sur le marché digital, soutiennent les processus de digitalisation et de changement et élaborent leur propre gestion des compétences. Ils construisent et entretiennent un réseau professionnel dans le domaine du marché numérique. En coordination avec leurs supérieurs, ils soutiennent les processus de numérisation et de changement planifiés sur le lieu de travail. Ils se focalisent sur l'automatisation des processus de travail de routine. Les spécialistes façonnent leur développement professionnel en profitant constamment des opportunités de développement dans leur domaine professionnel et en se tenant à jour en lisant des publications spécialisées et industrielles. Ils se concentrent sur l'automatisation des processus de travail de routine. Pour leur développement professionnel, les spécialistes saisissent continuellement les opportunités de formation et de développement dans leur domaine professionnel et se tiennent à jour en lisant les publications professionnelles et industrielles.

Attestation de compétence

L'attestation de compétence comprend les deux éléments suivants :

- 1) Questions de connaissance et de compréhension (questions fermées et ouvertes)
- 2) Application avec les options suivantes :
 - Incidents critiques / Mini-Cases
 - Simulation d'action, par ex. : Nous avons besoin d'un « système de ticketing » pour notre service clientèle
 - Recherche personnelle
 - Activer le réseau personnel
 - Obtenir des références

Niveau et numéro de module

FA-HM7 / Module brevet fédéral « Spécialiste du e-commerce »

Durée de validité du certificat de module

5 ans

Attestation fédérale de formation professionnelle AFP	Titre sanctionnant une formation professionnelle initiale de deux ans.
Brevet fédéral BF	Titre sanctionnant un examen professionnel fédéral avec brevet au niveau tertiaire B.
Certificat fédéral de capacité CFC	Titre sanctionnant une formation professionnelle initiale de trois ou quatre ans.
Compensation des inégalités pour les personnes souffrant d'un handicap	<p>Les personnes souffrant d'un handicap ont droit à des mesures compensant les inégalités pour les examens de la formation et de la formation continue. Les demandes doivent être soumises au secrétariat des examens en même temps que l'inscription à l'examen. La notice d'information du SEFRI (Compensation des inégalités frappant les personnes handicapées dans le cadre d'examen professionnels et d'examens professionnels supérieurs) est à consulter par les candidats lors de l'enregistrement de la demande. Les contenus et documents mentionnés dans ce document (chiffre 2, Demande de compensation des inégalités dans le cadre d'examens professionnels et d'examens professionnels supérieurs) doivent être pris en compte par les candidats lors de leur enregistrement et doivent être joints. La notice d'information peut être obtenue auprès du secrétariat des examens ou téléchargée à partir du lien suivant.</p> <p>Lien (consulté le 07.04.2020) : https://www.sbf.admin.ch/sbfi/fr/home/formation/fps/examens-federaux/candidats-et-diplomes.html</p>
Compétence opérationnelle	La compétence est la capacité d'un individu à résoudre avec efficacité les problèmes qui se présentent dans son activité professionnelle et à faire face à des situations concrètes exigeantes et définies. La compétence est la capacité d'un individu à exercer avec succès une activité professionnelle, en mobilisant ses propres ressources à disposition en termes de capacités personnelles, méthodologiques, professionnelles et sociales.
Corbeille de courrier	La Corbeille de courrier est une forme d'examen. Les candidats priorisent les différentes activités d'une journée de travail. Ces activités à prioriser sont mises à disposition sous forme d'une grande variété de documents.
Critère d'évaluation	Un critère d'évaluation donne la référence utilisée pour contrôler une compétence. La référence comprend les connaissances techniques et aptitudes exigées. Les critères sont formulés avant un examen et indiquent ce qui est requis, quelles prestations doivent être remplies, quelles aptitudes doivent être présentes afin d'exécuter une prestation. Ils servent de base pour la correction ou l'évaluation d'un examen.
Demande de récusation	Une demande de récusation est une demande de changement d'un expert assigné pour un examen.

Dimension de compétence Attitude, motivation	Compétence (opérationnelle) axée sur les aspects relevant de la motivation nécessaire pour la volonté opérationnelle requise.
Dimension de compétence Connaissances/ compréhension	Compétence (opérationnelle) axée sur les connaissances techniques dont dispose une personne. Elle comprend par exemple des connaissances techniques, des bases théoriques, des connaissances méthodologiques et des processus.
Dimension de compétence Métacognition	Compétence (opérationnelle) axée sur la capacité à réfléchir et à analyser nécessaire pour la conception professionnelle du comportement décrit.
Dimension de compétence Potentiel de mise en œuvre	Compétence (opérationnelle) axée sur la capacité de mise en œuvre. Elle décrit une activité/action concrète dans une situation de travail donnée.
Directives	Les directives contiennent des informations complémentaires sur le règlement d'examen. Éditées par la commission AQ ou la commission d'assurance-qualité ou par l'organe responsable, elles permettent notamment de présenter le règlement d'examen de manière plus détaillée aux candidats. Contrairement au règlement d'examen, les directives ne comprennent pas de dispositions légales. Elles doivent être rédigées de telle manière que la réussite à l'examen ne soit pas conditionnée par la participation préalable à un cours, c'est-à-dire que les critères d'évaluation (ou les critères de performance) doivent être définis pour chacune des épreuves de l'examen.
Domaine d'action	Les domaines opérationnels comprennent différentes compétences du profil de qualification regroupées en un module judicieux sur le plan thématique. Dans l'idéal, les modules sont axés sur la logique de la pratique et non sur une logique des matières.
Entretien professionnel	L'entretien professionnel est une forme d'examen où les candidats s'entretiennent avec une experte/un expert sur un thème technique. Lors de cet entretien, ils montrent qu'ils comprennent le domaine professionnel et sont en mesure d'argumenter, de réfléchir et de proposer des alternatives.
Examen professionnel supérieur fédéral EPS	Titre sanctionnant un examen professionnel supérieur fédéral diplômant au niveau tertiaire B.
Experts d'examen	Les experts d'examen ont pour mission de préparer ou de réaliser les examens ou des parties de l'examen au nom de l'organe responsable de l'examen. Il s'agit de professionnels qualifiés.
Financement de la Confédération axé sur la personne	La participation à des cours préparant à un examen fédéral permet de bénéficier d'une aide financière de la Confédération (financement axé sur la personne). Les participants y découvrent les conditions à remplir et les modalités pour demander l'aide. Lien (consulté le 07.04.2020) : https://www.sbf.admin.ch/sbfi/fr/home/formation/fps/contributions/participants.html
Incidents critiques (Critical Incidents)	Les incidents critiques sont une forme d'examen. Un incident critique décrit une situation au poste de travail pouvant être résolue par des compétences

	choisies. Une situation pratique est présentée aux candidats sur la base de laquelle ils décrivent concrètement le procédé choisi.
Modèle « système classique »	Le modèle « système classique » se compose d'un examen qui vérifie de manière aussi complète que possible à l'aide d'un échantillon représentatif les principales compétences opérationnelles telles qu'elles figurent dans le profil de qualification.
Organe responsable	L'organe responsable s'occupe du développement, de la diffusion et de la mise à jour régulière du règlement d'examen et des directives. Ensuite, il s'occupe de la convocation aux épreuves de l'examen fédéral et de l'organisation de l'examen fédéral. L'organe responsable comprend une ou plusieurs organisation(s) du monde du travail (OrTra). Il est en règle générale actif pour toute la Suisse et dans tout le pays.
Organisation du monde du travail (OrTra)	Les organisations du monde du travail englobent les partenaires sociaux, les associations professionnelles, les autres organisations compétentes et les autres prestataires de la formation professionnelle. Les organisations uniquement axées sur les formations scolaires ne sont pas considérées comme des organisations du monde du travail. Les organisations du monde du travail forment, seules ou avec d'autres organisations du monde du travail, l'organe responsable des examens fédéraux.
Orientation sur les compétences	L'orientation sur les compétences désigne l'organisation conceptuelle des diplômes fédéraux et offres de formation axées sur les compétences opérationnelles professionnelles. Il ne faut pas se contenter de maîtriser les faits. Les professionnels doivent pouvoir utiliser leurs connaissances dans des situations concrètes quand les tâches sont inhabituelles, les problèmes mal définis, qu'une collaboration avec d'autres personnes est nécessaire et qu'une grosse portion de responsabilité propre est requise.
Petites descriptions de cas (Mini-Cases)	Les petites descriptions de cas sont une forme d'examen. Les mini-cas décrivent des événements ou situations difficiles du quotidien professionnel d'un spécialiste. Ces petites descriptions de cas sont présentées aux candidats qui doivent décrire une action possible, justification à l'appui.
Profil de la profession	Le profil de la profession est une description succincte (de 1 à 1.5 page A4) de la profession concernée. Il définit le domaine d'activité (qui sont les groupes cibles, les interlocuteurs, les clients), les principales compétences opérationnelles ou les critères de performance ainsi que les exigences liées à l'exercice de la profession (autonomie, créativité/innovation, environnement de travail, conditions de travail). Il mentionne ensuite la contribution de la profession au développement durable sur les plans économique, social, sociétal et écologique. Le profil de la profession fait partie intégrante du règlement d'examen (obligatoire) et des directives (facultatif).
Questions de connaissances et de compréhension	La méthode d'examen Questions de connaissances et de compréhension fait partie d'un examen écrit. Elle comprend des exercices fermés (questions en Oui/Non, choix unique, choix multiple, questions d'affectation, questions chronologiques) et des questions ouvertes (exercices rédactionnels, en situation).

Rapport de développement	Le rapport de développement est une forme d'examen qui s'appuie sur le travail de portefeuille et se réfère, entre autres, à la documentation des mises en œuvre pratiques et à la grille de compétences. Les candidats documentent, analysent et réfléchissent à leur propre pratique professionnelle. Ils prennent note de leurs moments de « déclic » et leurs constatations.
Règlement d'examen	Le règlement d'examen est le document légal d'un examen professionnel fédéral ou d'un examen professionnel fédéral supérieur. Il est rédigé sur la base du texte de référence. Le règlement d'examen doit être approuvé par le SEFRI.
Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation SEFRI	Le Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation est l'autorité fédérale qui approuve les règlements d'examen et exerce la surveillance des examens professionnels fédéraux et des examens professionnels fédéraux supérieurs. Pour de plus amples informations : www.sbf.admin.ch .
Travail d'analyse / Analyse de situation	Le travail d'analyse / l'analyse de situation est une forme d'examen. Les candidats analysent une situation soit en direct, soit sur la base d'une vidéo. Ils indiquent les particularités, les incohérences, les problèmes, etc. et présentent des mesures d'optimisation.