

E-business



■ FINALITE

Maîtriser les nouveaux savoirs issus du web pour évoluer dans les fonctions marketing du e-business (sociétés commercialisant leurs produits sur le web, sites marchands).

■ ETUDIANTS CONCERNES

Etudiants ayant des connaissances de base en marketing titulaires dans ce domaine de maîtrises ou masters (ou DEA, DESS) universitaires (AES, MSG,...). Diplômés d'écoles d'ingénieurs, d'écoles de commerce, de management ou d'un IUP. Une connaissance approfondie de l'informatique n'est pas nécessaire.

■ METIERS VISES

Direction marketing et direction générale des entreprises de e-commerce, e-business managers, acheteurs on-line, trafic managers, responsables affiliation, chargés de référencement.

OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des personnes capables :

- de maîtriser les différentes fonctions liées au management général d'une entreprise,
- d'analyser une situation professionnelle pour bâtir une stratégie de développement d'e-business spécifique ou en complément d'une activité commerciale traditionnelle,
- de mettre en œuvre un plan d'action intégrant des moyens de communication on-line et off-line,
- de maîtriser les nouveaux outils liés aux métiers émergents du marketing de l'information (bases de données marketing, économie de l'Internet, ...),
- de gérer et piloter une activité de e-business depuis les achats et la logistique (supply chain) jusqu'à la vente,
- de déterminer la politique de pricing des produits et services du site.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui transmettent leur savoir et savoir-faire à travers leur enseignement. Ils sont ou ont été dirigeants ou consultants auprès d'entreprises liées aux nouvelles technologies.

CONSEIL D'ORIENTATION

Henri LEQUIEN

Responsable du 3^e cycle

HEC.

Consultant en Relation Client.

Jack BAKERMAN

Ecole Supérieure de Communication Publicitaire.

Administrateur.

Ancien responsable Communication

Bernard NINAUVE

Ancien directeur du marketing et des Achats

Directeur de cycle.

PROGRAMME DES COURS

Management général

(détail p. 7)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Management de projet**
- **Business Plan**
- **Management au quotidien**
- **Stratégie d'entreprise**
- **Management de la qualité**
- **Gouvernance d'entreprise**

Data Intelligence

• Systèmes d'information

L'évolution de l'informatique ; Les ERP ; Informatique de gestion.

• Bases de données marketing

Le bilan coûts-gains d'un projet de BDDM ; Les logiques de segmentation client ; La Business Intelligence.

• Maîtrise des outils statistiques

Apprentissage des principales fonctions du logiciel Business Objects ; Analyses marketing et outils de segmentation.

• Web Analytics

La mesure des résultats sur internet ; Bilan de campagne et principaux ratios de tracking.

Management financier

• Management et négociation

L'art de la négociation ; Motivation et contrôle.

• Analyse des coûts et des marges :

Le calcul des coûts ; Les coûts partiels et marginaux ; Les coûts complets.

Stratégie marketing

• Approche Marketing

• Marketing direct multicanal

Les différents medias online et off-line ; Les outils de ciblage.

• Approche e-marketing

Du web 2.0 au web 3.0 ; Les outils du Cybermarketing ; Les blogs marketing.

• Analyse stratégique

Les schémas de Porter ; L'analyse de la valeur ; Innovation et Domination Par Les Coûts ; Stratégie Océan Bleu.

Stratégie e-business

• E-CRM

La communication e-mailing ; Les différentes formes de e-tracking ; La segmentation.

• E-business plan

Planification et retour sur investissement d'une activité e-business ; Monétisation de l'audience. Chaîne logistique et e-commerce

• E-procurement

La politique d'achats sur internet ; Les enchères et le sourcing.

• Logistique

La chaîne logistique en e-commerce ; Les sites en marque blanche.

• Management de projet

Choix, validation et suivi d'un projet ; Les méthodes PERT et GANTT.

Communication et e-business

• Développer son site Internet

Apprentissage du logiciel Dreamweaver ; Ergonomie d'un site web ; Règles de design ; Navigation.

• Référencement

Les techniques de référencement naturel et payant ; Search et positionnement.

• e-Publicité

Bâtir son plan media on-line ; Les différents formats (bannières, rich media...).

• Distribution et e-commerce

Les nouvelles formes de commerce ; Enseignes traditionnelles et vente à distance.

• Retouche de l'image

Sélection de photos et retouche ; Apprentissage des fonctionnalités d'un logiciel de retouche.

• Affiliation et partenariats

Affiliés et affiliés ; La démultiplication des campagnes de e-publicité.

E-commerce et paiement

• E-commerce et pricing

La fixation des prix en e-commerce ; Le marketing mix sur internet.

• Sécurisation des paiements

La protection des logiciels ; Les paiements sur internet : Paypal, moyens de paiement bancaires ; Les recours des consommateurs.

