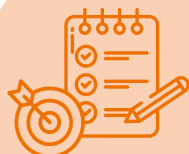




Chargé(e) de e-commerce

Appellations voisines : Responsable de e-commerce, Responsable D-to-C (direct to consumer), Chef de projet merchandising, Chargé de boutique digitale musique, e-commerce partitions



MISSIONS

Le chargé e-commerce a pour mission de développer la vente directe aux publics finaux pour un catalogue musical ou des produits physiques. Dans la lignée du commercial, il développe la stratégie commerciale de vente directe, le merchandising artiste, les précommandes, les boutiques officielles en ligne ou encore les offres exclusives / premium. Ses missions sont très variées, en particulier il :

- déploie et administre les boutiques direct-to-consumer (site de marque, boutique artiste, catalogue en ligne) ;
- construit et pilote une stratégie de vente directe autour des sorties musicales ;
- met en œuvre des offres exclusives : préventes, éditions limitées, coffrets ;
- optimise l'expérience d'achat (UX) pour des publics variés ;
- pilote les opérations de webmarketing liées aux sorties en lien avec le marketing, promotion et communication ;
- suit les tendances D2C musique ;
- valorise le fonds (édition musicale) en remettant en avant des publications plus anciennes.



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chargé de e-commerce travaille en étroite collaboration avec les services de l'édition, de la communication/promotion/marketing, fabrication ou encore juridique, notamment pour valoriser les œuvres et les droits associés.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé de e-commerce peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Responsable e-commerce ou Directeur e-commerce.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités, le niveau de responsabilités ou encore le type de produits / projets, le niveau d'intégration de la chaîne de production et l'esthétique musicale.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Commercial, Agents technico commerciaux aux librairies musicales**
- Par la formation : **Administrateur des ventes, représentant ou délégué pédagogique**
- Par la reconversion : **Chargé de marketing, chargé de promotion, data analyst**



Chargé(e) de e-commerce

Appellations voisines : Responsable de e-commerce, Responsable D-to-C (direct to consumer), Chef de projet merchandising, Chargé de boutique digitale musique, e-commerce partitions



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Évaluer le potentiel de vente d'une œuvre ou d'un programme pour définir la stratégie commerciale
- Comprendre et connaître le marché pour adapter son approche commerciale
- Gérer et respecter un budget
- Créer un site et gérer le back office de manière continue
- Maîtriser les plateformes de e-commerce
- Analyser les effets de la stratégie de e-commerce (nombre de visites, taux de conversion, etc.)
- Analyser les tendances de vente pour ajuster les stratégies commerciales
- Maîtriser les différents langages des navigateurs webs (HTML/CSS/Javascript)
- Saisir les méta-données pour permettre le référencement des contenus
- Interpréter les données chiffrées et en déduire l'évolution des comportements des utilisateurs
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Outils de marketing digital
- Outils de web analyse / web analytics
- Outils CRM (Customer relationship management)
- Techniques de vente

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité
- Développer un argumentaire commercial visant à convaincre



ACCÈS AU MÉTIER

Formation : Le métier de chargé e-commerce est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou équivalent dans le domaine du marketing, marketing digital et du commerce : management commercial opérationnel ou négociation et digitalisation de la relation client, jusqu'à un niveau Bac +5 ou équivalent.

Expérience : Le métier de chargé e-commerce est accessible à une personne ayant une première expérience en stage ou en alternance (chargé de e-vente par exemple). Une expérience de 5 à 7 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable ou de directeur e-commerce.