

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE
UNITE DE FORMATION
TECHNIQUES DE VENTE LIEES A L'E-COMMERCE
ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

CODE : 71 45 07 U32 D1

CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704

DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 16 septembre 2013,
sur avis conforme de la Commission de concertation**

TECHNIQUES DE VENTE LIEES A L'E-COMMERCE

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'appréhender les concepts fondamentaux de l'e-commerce ;
- ◆ d'analyser les modèles de l'e-commerce ;
- ◆ de mettre en œuvre des techniques de vente en ligne ;
- ◆ de porter un regard critique sur les enjeux de l'e-commerce.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

- ◆ résumer les idées essentielles d'un texte d'intérêt général et les critiquer;
- ◆ produire un message structuré qui exprime un avis, une prise de position devant un fait, un événement, ... (des documents d'information pouvant être mis à sa disposition).

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Certificat d'enseignement secondaire supérieur (C.E.S.S.).

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1. Dénomination du cours	<u>Classement</u>	<u>Code U</u>	<u>Nombre de périodes</u>
Techniques de vente liées à l'e-commerce	CT	B	48
3.2. Part d'autonomie		P	12
Total des périodes			60

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable,

face à des situations issues de la vie professionnelle, en disposant de la documentation ad hoc

- ◆ d'appréhender les concepts de base, les fondements et l'environnement de l'e-business et, en particulier, de l'e-commerce;
- ◆ d'analyser les principaux modèles de l'e-business en termes de cibles à atteindre :
 - le B2C (business to consumer, modèles « bricks & clicks » ou « tout virtuel »): nature des produits, types de transactions, objectifs commerciaux, etc.,
 - le C2C (consumer to consumer),
 - la vente de services en ligne,
 - la stratégie multicanale (internet, télévision numérique, services mobiles, etc.) ;
- ◆ de catégoriser les différents profils de consommateurs en ligne et d'analyser leur comportement ;
- ◆ d'analyser les différentes stratégies de rentabilité d'un site e-commerce :
 - ergonomie du site, accroche client (home page, catalogue produits, catégories produits, fiche produit, politique de prix, etc.),
 - ventes complémentaires, ventes croisées, gestion du panier, processus d'achat, suivi de commande, etc. ;
- ◆ de mettre en œuvre les techniques de vente en ligne :
 - plan stratégique et plan tactique,
 - gestion, animation et promotion d'un site de vente en ligne : organisation du catalogue, traitement des commandes et des paiements, livraisons, back office, optimisation du référencement, etc. ;
- ◆ d'utiliser les réseaux sociaux dans le cadre de l'e-commerce (benchmarking) ;
- ◆ de porter une réflexion critique sur les impacts logistiques et environnementaux et sur les enjeux sociétaux de l'e-commerce ;
- ◆ d'appréhender les droits des e-consommateurs.

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,

face à un site existant de vente en ligne, sur base de consignes précises, en disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ de caractériser le modèle e-business utilisé par ce site ;
- ◆ d'analyser la stratégie de rentabilité du site ;
- ◆ de proposer des pistes d'amélioration argumentées quant à la gestion, l'animation et la promotion de ce site.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ la finesse de l'analyse,
- ◆ le niveau de qualité de l'argumentation,

- ◆ le degré de précision et la clarté dans l'emploi des termes techniques.

6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.