

E-merchandiser (H/F)

Marketing & Commerce digital
Marketing omnicanal

Description de l'emploi

Le e-merchandiser a un rôle essentiel dans l'optimisation de la présentation des produits et des contenus sur le site de vente en ligne de l'enseigne, dans l'amélioration de l'expérience utilisateur et l'augmentation des ventes.

Il crée et rédige les fiches produits avec un argumentaire vendeur et dans une logique d'optimisation du référencement du site. Il sélectionne les photos, les vidéos et les outils de valorisation (zoom, comparateurs de produits, avis clients, configurateurs de produits...) pour mettre en valeur les produits, les services et susciter l'acte d'achat.

Il organise l'affichage des produits dans les pages et crée des catégories pour faciliter et rendre attractives la navigation et la recherche des articles. Il met en avant les offres promotionnelles et les produits les plus vendus afin d'atteindre les objectifs de vente en ligne.

Il vérifie la mise en ligne des produits sur le site e-commerce et gère ceux qui ne sont plus disponibles, en les désactivant sur le site.

Il suit les indicateurs de performance du site afin d'identifier des opportunités d'amélioration dans le parcours des clients et d'augmenter les ventes.

Il travaille sur l'amélioration du site en collaboration étroite, avec les développeurs, le webdesigner, le UX designer, le traffic analyst... en leur apportant une perspective commerciale et participe au développement de correctifs et d'améliorations techniques.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Le métier est accessible à partir d'un diplôme de niveau bac + 3 à bac +5 dans le domaine du commerce et du marketing digital
- La pratique de l'anglais est recommandée.

Formations courantes (liste non exhaustive) :

- Licence Professionnelle - E-commerce et marketing numérique
- Titre à finalité professionnelle - Chef de projet e-commerce
- Titre à finalité professionnelle - Responsable de la performance commerciale et du marketing digital
- BUT - Techniques de Commercialisation : marketing et management du point de vente
- BUT - Gestion administrative et commerciale des organisations : Management commercial et marketing omnicanal
- Titre à finalité professionnelle - Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
- MASTER - Marketing, vente



Activités

- Veille sur les tendances, pratiques et nouvelles opportunités en matière de merchandising en ligne.
- Collecte et analyse des données de vente en ligne, du trafic et du comportement des utilisateurs.
- Création, rédaction des fiches produits et mise en scène des produits sur le site e-commerce (choix des visuels, contenus...).
- Création et gestion des catégories de produits.
- Organisation et optimisation de l'affichage des produits : position des rubriques, mise en page...
- Mise en avant des offres promotionnelles, des produits phares et des produits populaires.
- Gestion des produits en rupture de stock ou retirés de la vente.
- Participation au suivi des indicateurs de performance du site.
- Identification et proposition d'actions d'amélioration pour optimiser le site e-commerce, le parcours des clients et accroître les ventes.

Compétences techniques

ANALYSER LES TENDANCES DU E-MERCHANDISING ET LES DONNÉES DU SITE E-COMMERCE DE L'ENSEIGNE

- Effectuer une veille sur les tendances et les avancées dans le domaine de l'e-merchandising, sur les pratiques des sites de la concurrence.
- Collecter les données de vente en ligne, du trafic et du comportement des utilisateurs : comportements de navigation, étapes du parcours d'achat en ligne, résultats des ventes...
- Analyser les données pour identifier les tendances, les préférences et les habitudes d'achat des clients et les transformer en solutions fonctionnelles, ergonomiques et de mise en scène des produits et services de l'enseigne.



DÉVELOPPER ET OPTIMISER LA MISE EN VALEUR DES PRODUITS ET SERVICES DU SITE E-COMMERCE DE L'ENSEIGNE

- Élaborer une stratégie de mise en scène des produits en fonction de la marque, du positionnement, de la politique marketing, de la cible client et des objectifs commerciaux.
- Présenter et argumenter, auprès du responsable de projet et l'équipe de développement, la stratégie de mise en scène des produits retenus pour échanger, ajuster si nécessaire et valider les propositions.
- Travailler de manière concertée avec les webdesigners et les développeurs sur les contraintes techniques et de faisabilité.
- Concevoir les descriptifs des fiches produits/services en les enrichissant par des images et des animations (vidéos, conseils, zoom...) en veillant à la conformité des informations, au respect des critères de référencement et de la réglementation en vigueur.
- Organiser et hiérarchiser les produits/services dans les catégories et les rubriques du site e-commerce, créer des filtres de recherche efficaces pour faciliter la navigation et optimiser la visibilité des produits.
- Utiliser des techniques de personnalisation de l'expérience client : recommandation de produits basée sur l'historique d'achat...
- Veiller à la cohérence visuelle de la mise en scène des produits sur l'ensemble du site e-commerce.
- Gérer la mise en avant des offres promotionnelles, des produits phares et des produits populaires selon la planification définie.
- Gérer les produits qui ne sont plus disponibles sur le site e-commerce.

PARTICIPER À L'AMÉLIORATION Continue SITE E-COMMERCE DE L'ENSEIGNE

- Appréhender les indicateurs de performance du site : nombre de visiteurs uniques, taux de clics, taux de conversion, taux de rebond, nombre de pages vues, temps passé sur la page...
- Collecter et analyser les données relatives à performance pour identifier des opportunités d'amélioration.
- Rechercher et proposer des actions correctives ou d'amélioration pour optimiser la performance du site.
- Assurer la mise en œuvre des actions d'amélioration ou correctives validées par le responsable.

Compétences comportementales

Indispensables pour tous les emplois dans le secteur du Bricolage :

- Esprit d'équipe
- Sens du relationnel
- Sens de la performance et du résultat

Fondamentales pour cet emploi :

- Créativité, curiosité
- Autonomie, prise d'initiative
- Capacité d'analyse et de synthèse

**Vous souhaitez en savoir plus sur les compétences comportementales ?
Scannez-moi !**



Relations fonctionnelles externes et internes

En interne : Le e-merchandiser intervient sous la direction du directeur et du responsable marketing omnicanal de l'enseigne. Il est en relation étroite avec les équipes de développement du site e-commerce : développeurs, webdesigner, UX designer, traffic analyst...

En externe : Il peut être en relation avec des fournisseurs et des partenaires : agences de développement web, spécialistes du référencement

Mobilité professionnelle

Avec de l'expérience et une formation complémentaire en gestion et animation d'équipe, il peut évoluer vers d'autres fonctions à responsabilité : responsable e-commerce, chef de projet e-commerce ou responsable projet marketing omnicanal...