

Annexe 1 : détail des modules de la formation e-commerce

La formation “e-Commerce” se compose de 7 modules de formation, couvrant différentes compétences spécifiques de l’activité du commerce électronique. Pour chacun de ces modules, le formateur est tenu de fournir, dans son dossier de candidature, un programme de formation détaillant :

- La méthodologie adoptée pour l’organisation des séances de formation et l’évaluation de l’acquisition des compétences ;
- Les outils logiciels nécessaires au déroulement de la formation ;
- Les outils matériels dont doivent disposer les participants à la formation (exemple : smartphone, ordinateur portable, appareil photo, microphone...).
- Le nombre de séances de formation et leur durée ;
- Le contenu précis de la formation, en conformité avec les objectifs (détaillés ci-dessous) du module concerné.

➤ Contenu et objectifs des modules de formation

1. Introduction au Marketing et à la communication digitale.

Ce module a pour objectif d’introduire le e-Commerçant en devenir à deux composantes importantes de son projet : le marketing et la communication digitale.

Marketing : La formation initiera le participant à la réflexion et aux techniques marketing, appliquées à l’univers du commerce électronique. Au terme de la formation, il sera dans la capacité de concevoir une offre de produit ou de service, de définir son marché et sa clientèle cible, d’établir un benchmark concurrentiel et de créer et développer une marque / enseigne.

Communication digitale : Il s’agit de permettre aux futurs e-Commerçants de comprendre l’usage des canaux numériques pour la promotion de leur produit ou leur marque. Dans le cadre de cette formation, le contenu pédagogique se concentre sur les techniques et les outils à maîtriser pour gagner principalement en visibilité et en efficacité sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tik Tok).

2. Formations photo, vidéo et son, appliquées au e-Commerce.

Ce module rassemble des compétences nécessaires à la production de contenus utilisés pour la mise sur le marché ou la communication digitale. Dans le cadre de ce module, et pour des raisons d’accessibilité, il est impératif de privilégier l’usage des smartphones comme outils matériels, et d’applications gratuites comme outils logiciels.

Photo : Introduire le participant aux techniques fondamentales de la photographie, appliquées aux besoins d’une activité de commerce électronique : packshot, cadrage, éclairage, retouche photo...

Vidéo : Introduire le participant aux techniques fondamentales de la vidéo, destinées à la production de contenu promotionnels sur les réseaux sociaux (Stories, Reels, vidéos Tik Tok). L’apprentissage comprendra la scénarisation, le cadrage et le montage.

Son : Introduire les participants aux techniques d’enregistrement, de production et de montage de sons, utilisées dans l’illustration de vidéos promotionnelles sur les réseaux sociaux.

3. Design graphique.

Ce module est destiné à familiariser les apprentis e-commerçants avec l’usage d’applications de création graphique, leur permettant de concevoir des contenus utilisables sur les plateformes de e-commerce ou dans le cadre de leur communication digitale. Pour ce module, il est impératif de privilégier l’usage des smartphones comme outils matériels, d’applications gratuites comme outils logiciels, et de ressources photographiques ou iconographiques libres de droits.

Création de logos et de charte graphique : Apprendre à imaginer et concevoir un logo et un emblème, éléments de valorisation, de différenciation et de mémorisation de sa marque et de son produit auprès de la clientèle cible.

Conception de visuels et de présentations : Maîtriser la réalisation graphique de visuels promotionnels et publicitaires, et de supports d'information (livrets, flyers et notices numériques) accompagnant le produit.

4. Rédaction promotionnelle / Copywriting.

Ce module a pour objet d'apprendre aux participants à rédiger des textes relatifs à leurs produits ou à leur marque / enseigne. Selon leur nature, ces textes sont utilisables sur les plateformes de e-Commerce, dans le cadre de la communication digitale, ou dans les interactions avec les clients et les prospects. Il est préconisé de proposer ce module conjointement en langue arabe / arabe darija et en langue française.

Rédaction de présentation : Comment rédiger un texte de présentation du produit sur une plateforme de e-commerce, en offrant une information à la fois complète pour le lecteur et valorisante pour le produit.

Rédaction promotionnelle : Comment rédiger un texte mettant en avant les bénéfices et les avantages d'un produit, d'une offre ou d'une marque, avec un discours adapté à la clientèle cible.

Rédaction publicitaire : Comment concevoir un texte court, percutant et efficace, à même d'attirer l'attention de son audience et de sa clientèle-cible.

Éléments de langage : Définir un ensemble de mots et d'expressions à utiliser dans ses interactions avec les clients et prospects. À l'opposé, dresser une liste de termes à bannir dans sa communication.

5. Elaboration d'un Business plan.

Le formateur devra introduire les participants, de manière pratique, à la mise en place d'un business plan pour leur activité de commerce électronique, support qui leur permettra de tester la faisabilité financière et économique de leur projet et sa viabilité. Véritable tableau de bord, outil de pilotage et d'aide à la décision, il les conduira également à mesurer en temps réel le travail accompli et à fixer des objectifs à court et moyen terme. Le module inclura naturellement des notions de comptabilité à transmettre aux participants de la manière la plus fluide et accessible possible.

6. Distribution et livraison.

Ce module a pour objectif de présenter aux participants les différentes options dont ils disposent en matière de livraison et de distribution (services postaux, services de livraison, coursier mutualisé, points de collecte...). Il s'agira également de leur apprendre à arbitrer entre ces options selon les impératifs et les priorités propres à leur activité (critères de coût, de distance et de délais, nature du produit, caractéristiques du client...).

7. Usage des plateformes de e-Commerce.

Au coeur de la formation, ce module est destiné à permettre aux participants de se familiariser avec les différentes plateformes de e-Commerce disponibles, de maîtriser leur utilisation, mais également de sélectionner celles qui sont le mieux adaptées aux spécificités de leur activité et de leur marché cible. Dans le cadre de ce module, le formateur est impérativement appelé à choisir les plateformes de e-Commerce les plus accessibles à l'usage, mais aussi les plus populaires et les plus performantes sur le marché marocain.