

**DIGITALISATION
&
E-BUSINESS**

Le Digital

Une compétence **transverse** qui vous donne les clés pour vous adapter aux **évolutions rapides** des métiers, des entreprises et des secteurs.

Profil junior : Digital Operations Manager

Rôle : faire le lien entre la tech, le marketing et la gestion de projet

Compétences

E-commerce Strategy : ventes en ligne, analyse du marché, tendances

Digital Asset Management : organiser l'information, faciliter les procédures

User Experience et gestion de projet : gérer la relation client dans les projets de développement d'application

Data Analytics : taux de conversion sur les sites web, optimisation du référencement, A/B testing

Marketing Multicanal : campagnes intégrées sur différentes plateformes

Digital Operations & Client Relations

Centre Project Manager

Baume & Mercier · Meyrin, Genève, Suisse · il y a 1 semaine

Hybride · Travail temporaire · Confirmé

501-1 000 employés · Commerce de détail d'articles de joaillerie et de bijouterie

Compétences : Test utilisateur, Relation client et 8 en plus

Découvrez comment vous vous positionnez par rapport à plus de 100 autres candidats. [Essai Premium pour 0 CHF](#)

Postuler

Enregistrer

À propos de l'offre d'emploi

The Digital Operations & CRC Project manager position embeds both operational responsibilities as well as ad hoc project management and reports to the Head of Digital and Client. In this position you will support day-to-day management of the international CRC platforms and will work on improvement initiatives related to the business process, the systems and the people.

The digital/ecommerce operations & CRC project manager will assist the Digital team to develop and support the ecommerce operations activities. His/her role will be transversal, working very closely with all team members of the Digital department, in particular with the Digital & CRC Manager. He/She will also frequently collaborate with other teams such as supply chain, marketing, markets, and the regional Client Relations Centres (CRCs).

The Client Relations Centres (CRC), which serve as communication and sales platforms, handle all end-client inquiries for our Maison from pre-sales to after-sales activities through multiple communication channels including phone, email, social media. These platforms are managed by the Group and function as an important enabler of the Omni channel experience by bridging the online and offline worlds for a seamless customer experience.

Operational Tasks

- Support the CRCs by providing brand, product, marketing & communication and after-sales updates.
- Ecommerce orders follow-up in collaboration with Client Relation Centres (CRC), Fraud & Payment, Finance, Logistics, Operations & Systems Support.
- Stock management (timepieces & straps) through our different ecommerce channels
- HQ contact for ad hoc requests management in coordination with our international markets.
- Maintenance of global e-Boutique sale supports (E-mail content, Conditions of Sale, Stationery & Brand Packaging)
- Active preparation and participation in Key User testing for e-commerce projects and periodic releases.

Strategic Tasks

- Supervise and oversee CRC metrics from a global standpoint. Ensure we have a solid baseline to measure performance and proactively make recommendations for continuous improvement.
- Support or lead the execution of various e-commerce projects related to CRC and digital operations.
- Conduct benchmarks of customer relationship and supply chain approaches across luxury brands.

Profile

- Client centric
- Proficiency with and interest for IT systems, working knowledge of SAP
- Natural ability to communicate and to work across various teams
- Proactive in issues solving
- Rigorous and process oriented
- Sales, and result oriented

Profil senior : Chief Digital Officer (CDO)

Rôle : la gestion de la transformation digitale en lien avec la direction des entreprises (Chief Techno Officer, RH, CEO)

Compétences

E-commerce Strategy : ventes en ligne, analyse du marché, tendances

Digital Asset Management : organiser l'information, faciliter les procédures

User Experience et gestion de projet : gérer la relation client dans les projets de développement d'application

Data Analytics : taux de conversion sur les sites web, optimisation du référencement , A/B testing

Marketing Multicanal : campagnes intégrées sur différentes plateformes

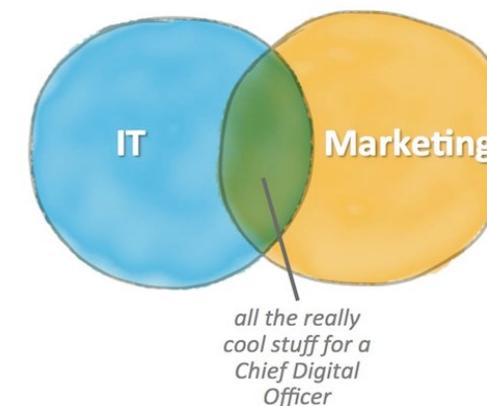
Leadership et gestion du changement

Stratégie

Connaissances technologiques et IT → **MBA HES-SO Management des Systèmes d'information**

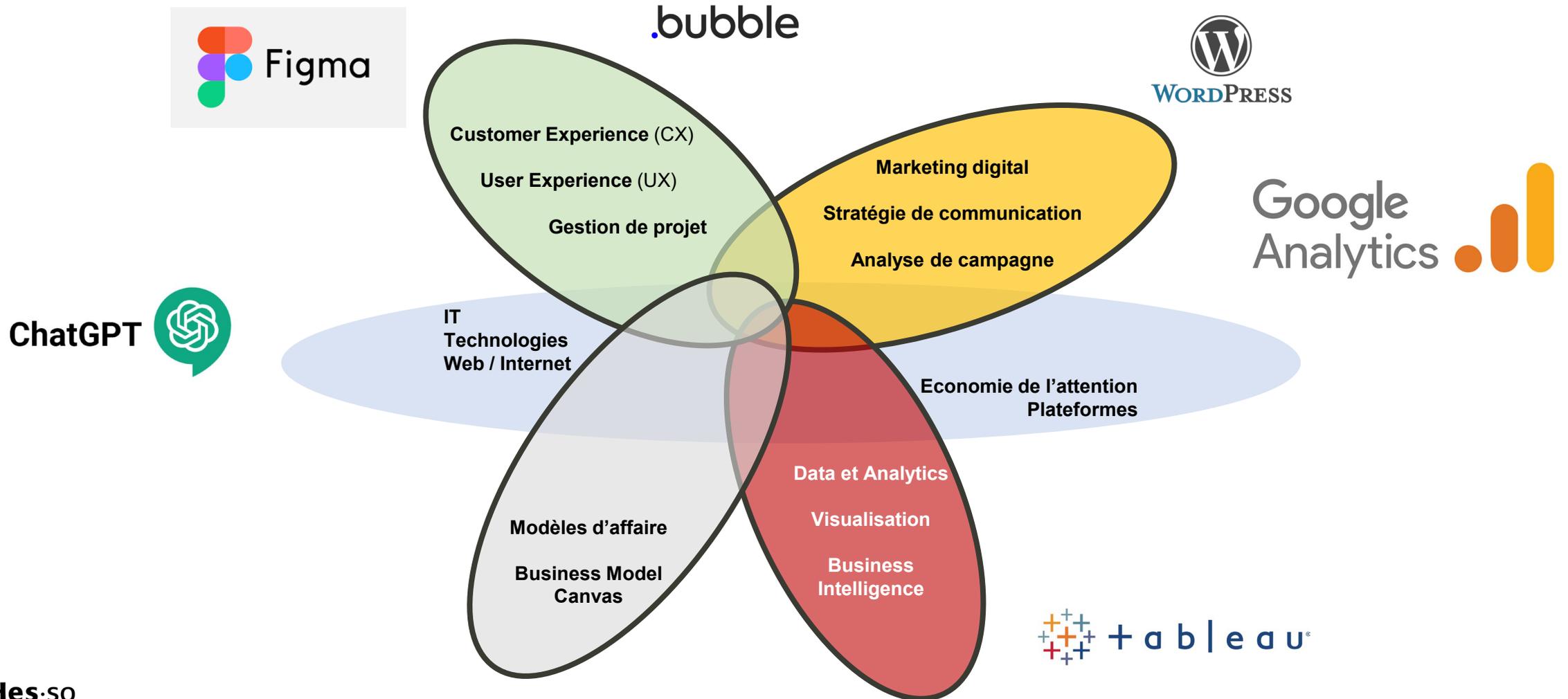
Cybersécurité

Partenariats



HE^{VD} IG Compétences et apprentissages

Trois profils métiers et une culture générale digitale





En classe, un mix de connaissances et de pratique

- Vulgarisation et acquisition des notions théoriques et des méthodes
- Pratique et **certifications** sur les outils les plus demandés du marché
- Etudes de cas



.bubble



Points de contact réguliers avec les entreprises :

- Visite d'entreprises : 2 à 3 visites d'entreprise (0.5 journée)



QoQa



logitech®



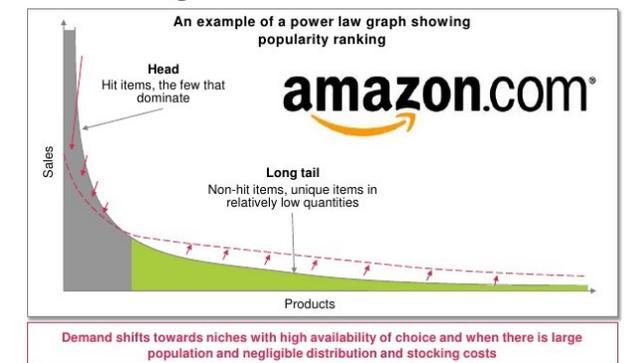
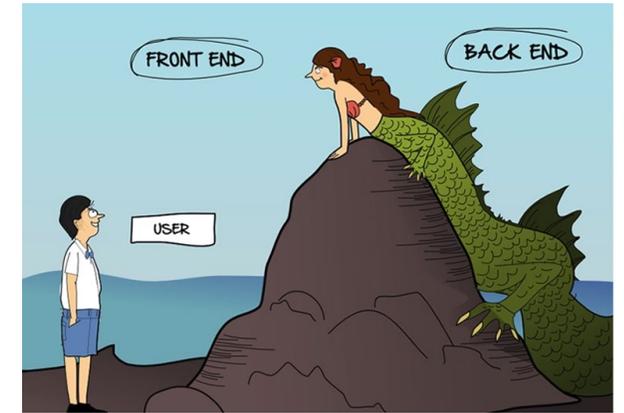
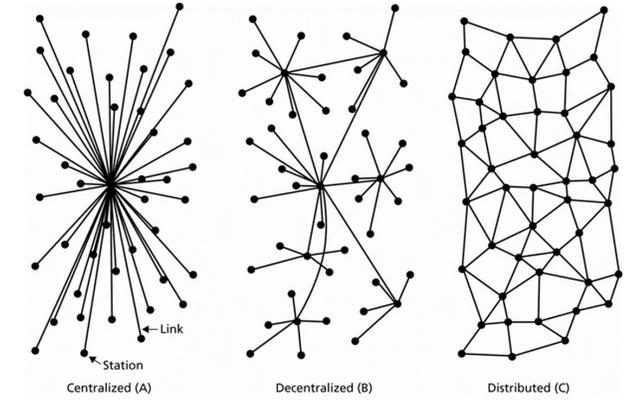
- Interventions extérieures de professionnels :

Agences de marketing / CDO corporates / Entrepreneurs

→ **Opérationnels sur le marché du travail**

1. Culture numérique : technologies et usages

- **Réseau et IT** : infrastructure, sécurité
- **Internet et Web** : protocoles Internet, gouvernance
- **Code** : métiers, processus, organisation
- **Technologies** : IA, Cloud, blockchain etc.
- **Economie numérique** : plateformes (marchés multiface), effets de réseau, économie de l'attention, économie collaborative, travail du clic



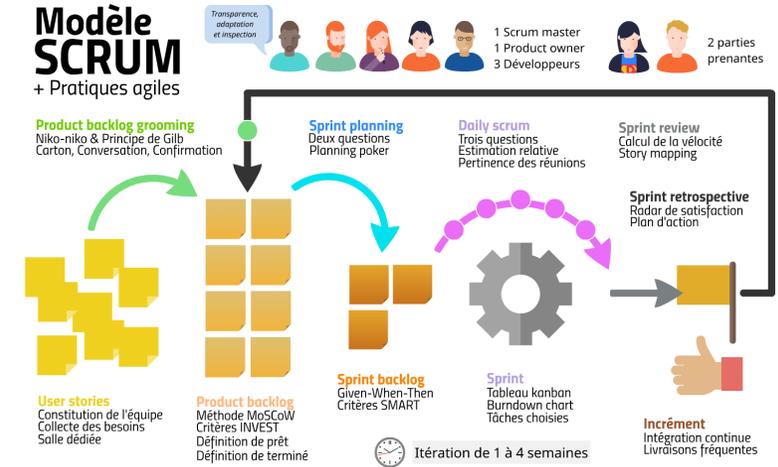
HE^{VD} IG Programme

3. Gestion de projet et User Experience

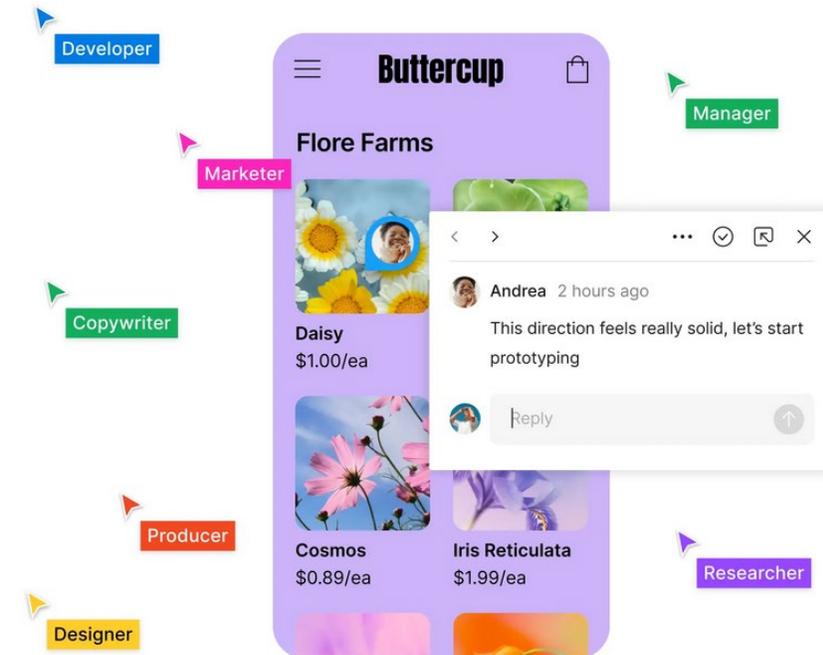
Apprendre la gestion de projet orientée utilisateur

- Méthodologie Agile : la bonne **organisation** pour le bon projet
- Développement de produits : **design collaboratif** (interface, design fonctionnel)
 - Faire le lien entre le développement technique (code, hosting) et le client
- Management de projet : la méthodologie **SCRUM**

CERTIFICATION



Figma



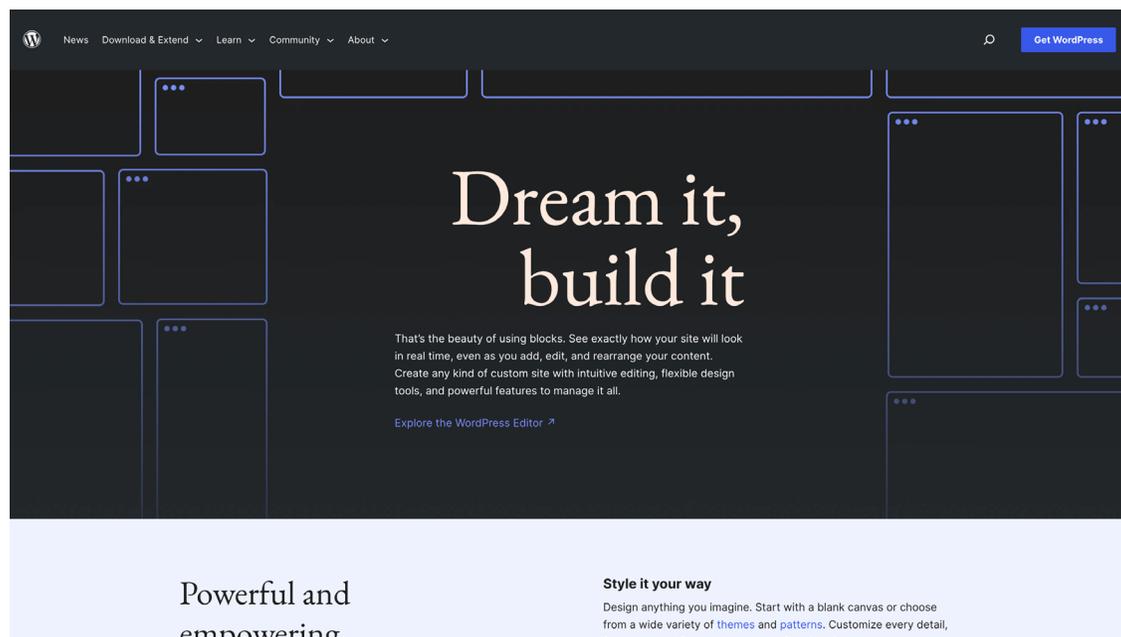
Des outils concrets pour mettre en œuvre la stratégie digitale et la relation client

- **Stratégie de marketing** digital
- Outils informatiques liés au marketing digital
- Utilisation de l'IA générative dans le marketing
- Usage des **contenus** dans le marketing digital
- Réseaux sociaux et **référencement** : SEO/SEA
- Campagne de **publicité digitale** et newsletter

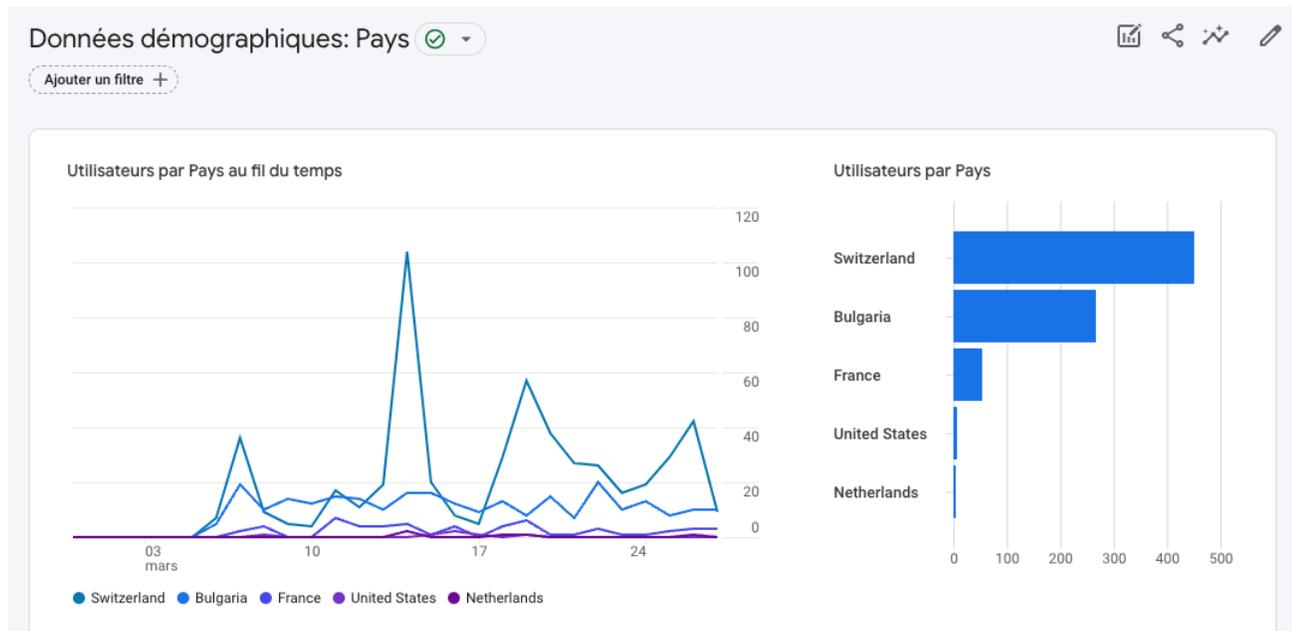


Ce que vous ferez pendant le cours

Création d'un site web avec Wordpress



Analyse de trafic Web avec Google Analytics



Ce que vous ferez pendant le cours

Obtenir une certification Google Analytics

Congratulations!



Google Analytics Certification

Completed by Benjamin Mangold on August 16, 2022

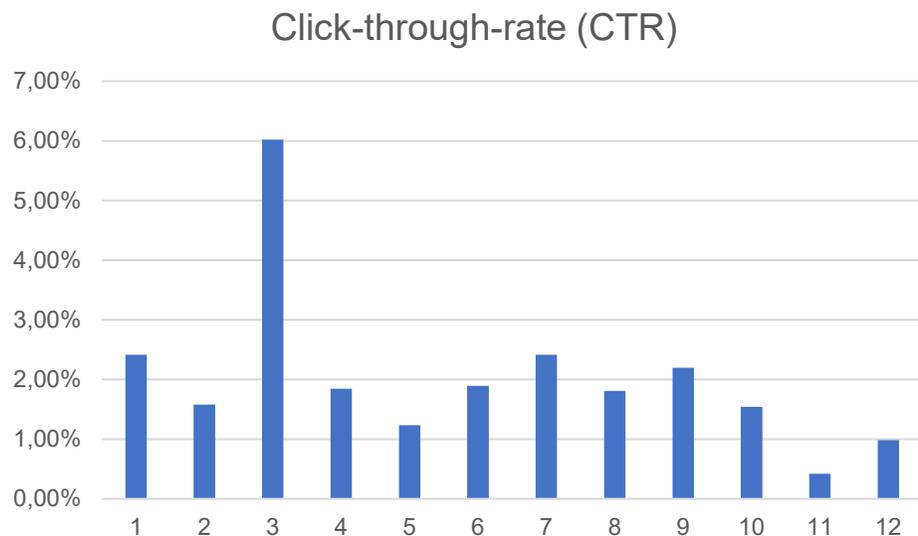
Congratulations, you are now certified in Google Analytics.

Completion ID: 122956366 Expires: August 16, 2023

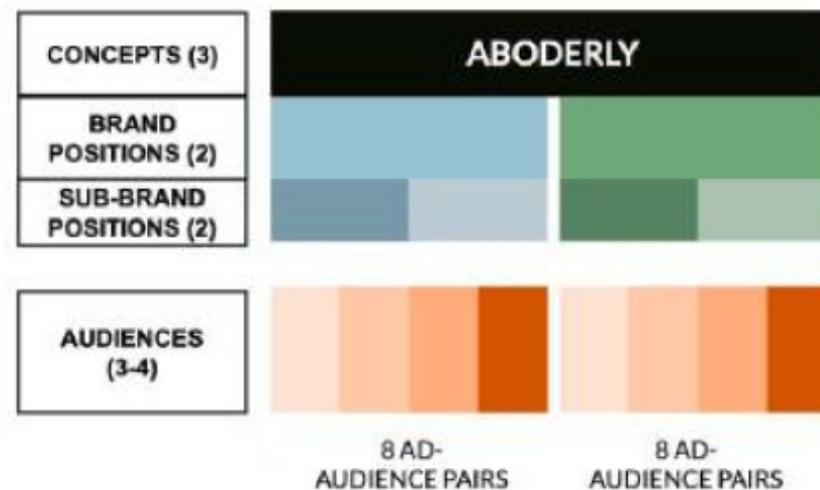


Ce que vous ferez pendant le cours

Analyse de données marketing réelles

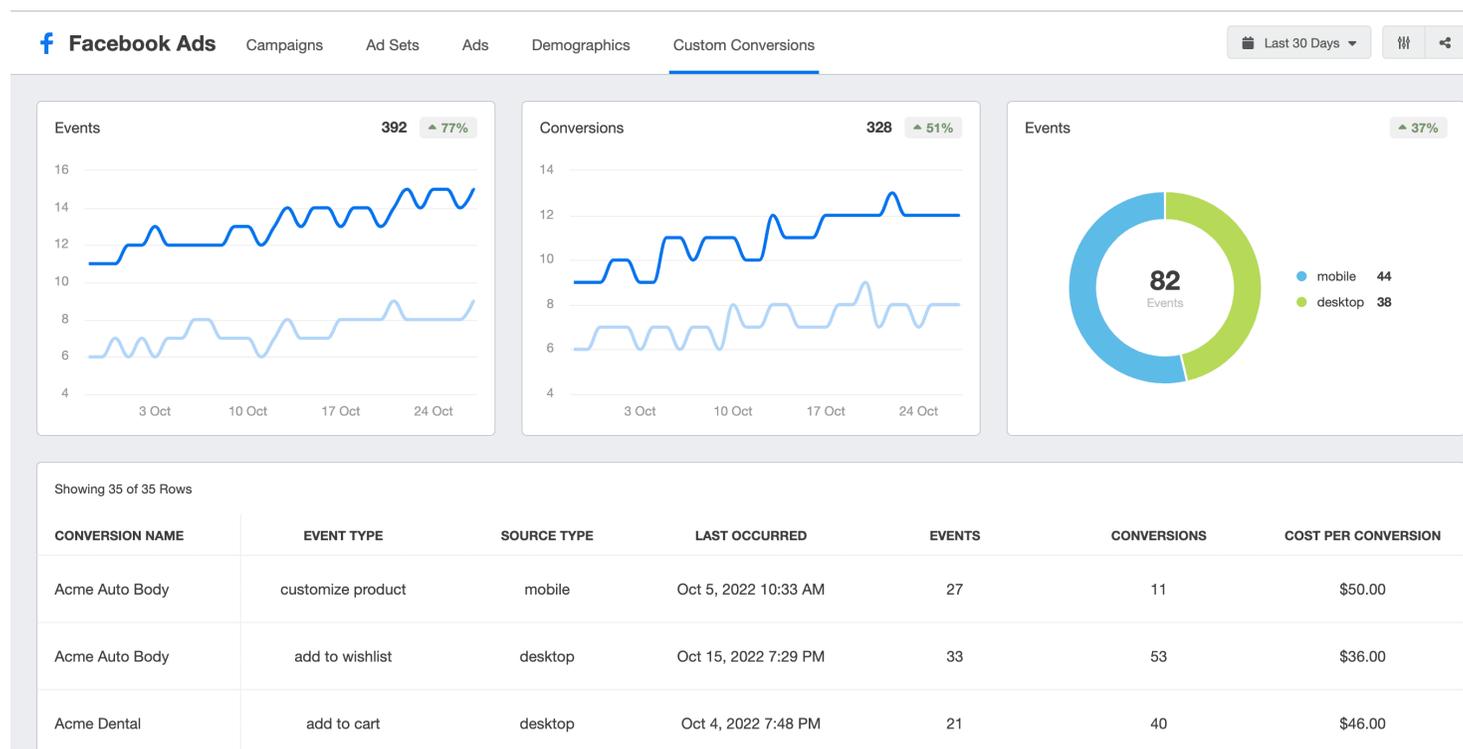


Etudes de cas pratiques, par exemple comment réaliser des tests A/B



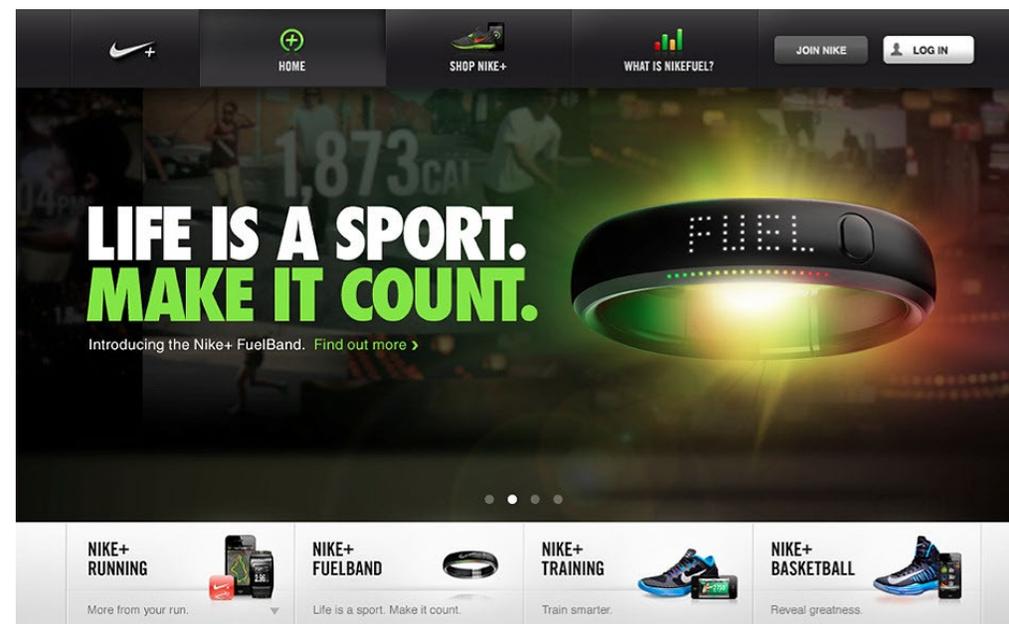
Ce que vous ferez pendant le cours

Mesurer la performance de **campagnes publicitaires** et sur les réseaux sociaux



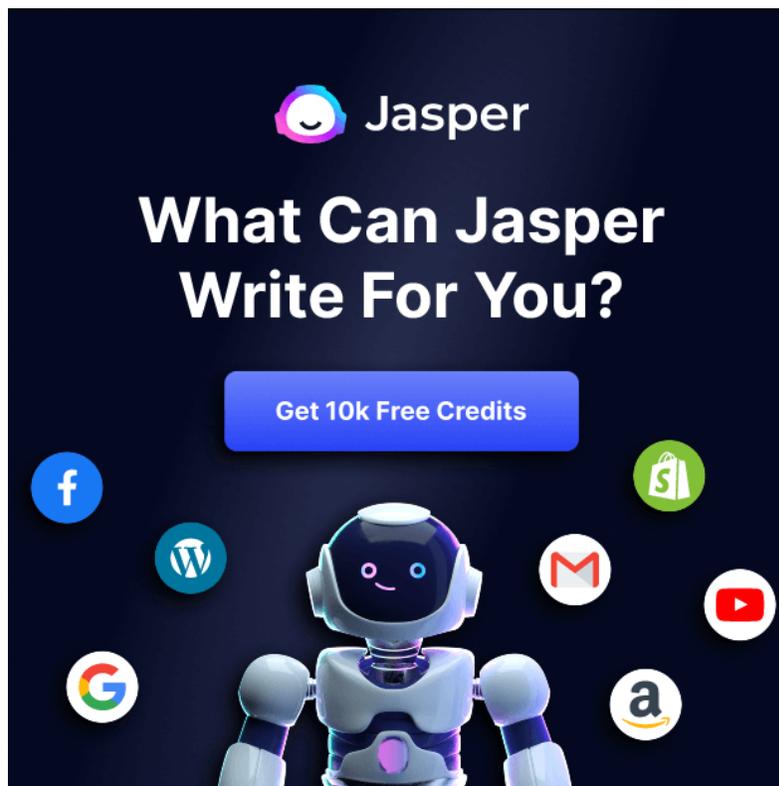
Ce que vous ferez pendant le cours

Familiarisation avec les techniques du marketing digital comme le **marketing d'influenceurs** ou la gamification



Ce que vous ferez pendant le cours

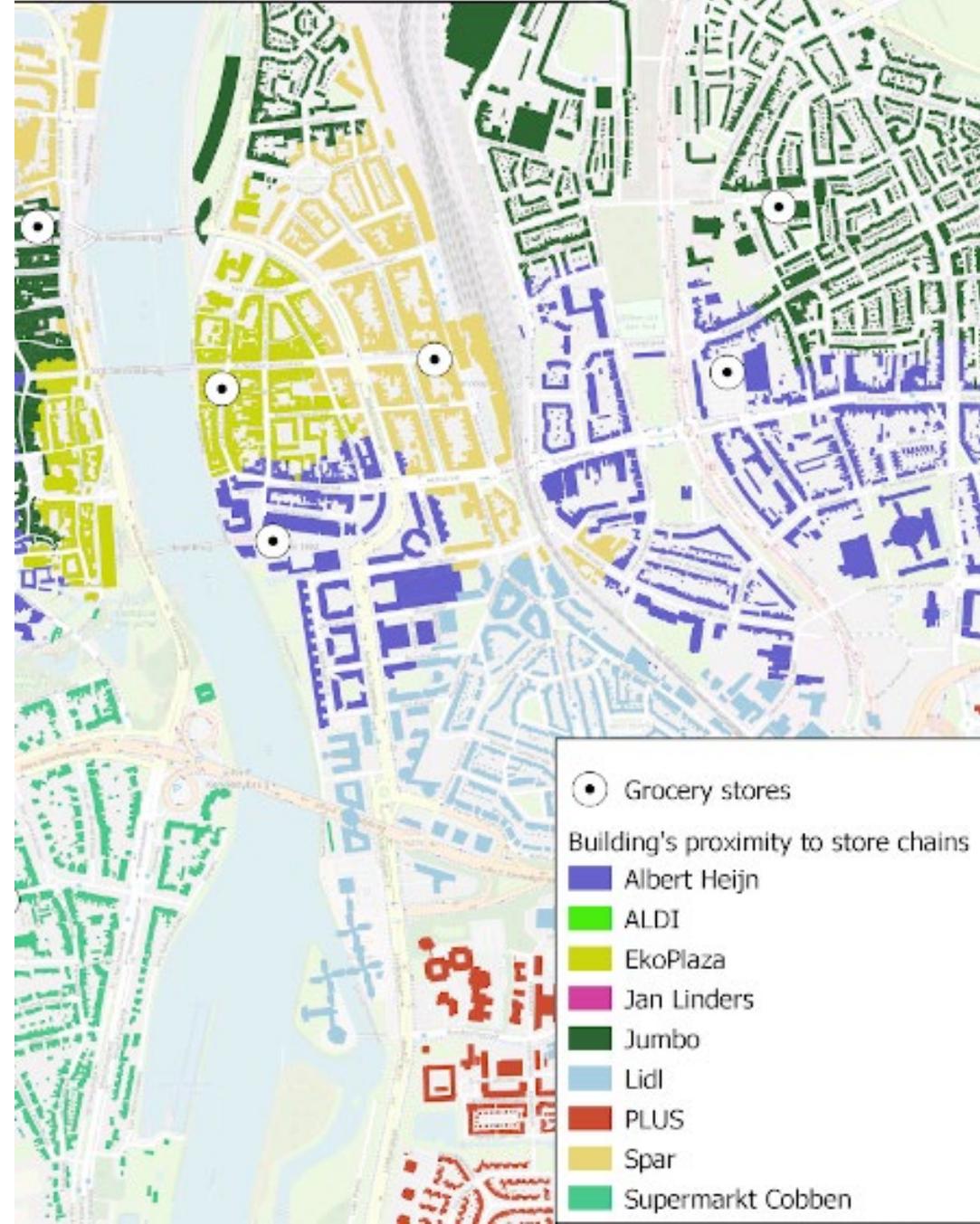
Analyser le potentiel et les défis posés par **l'utilisation des IA génératives en marketing**



Développer des compétences techniques permettant d'analyser et **mesurer un potentiel de marché**, par les bons indicateurs.

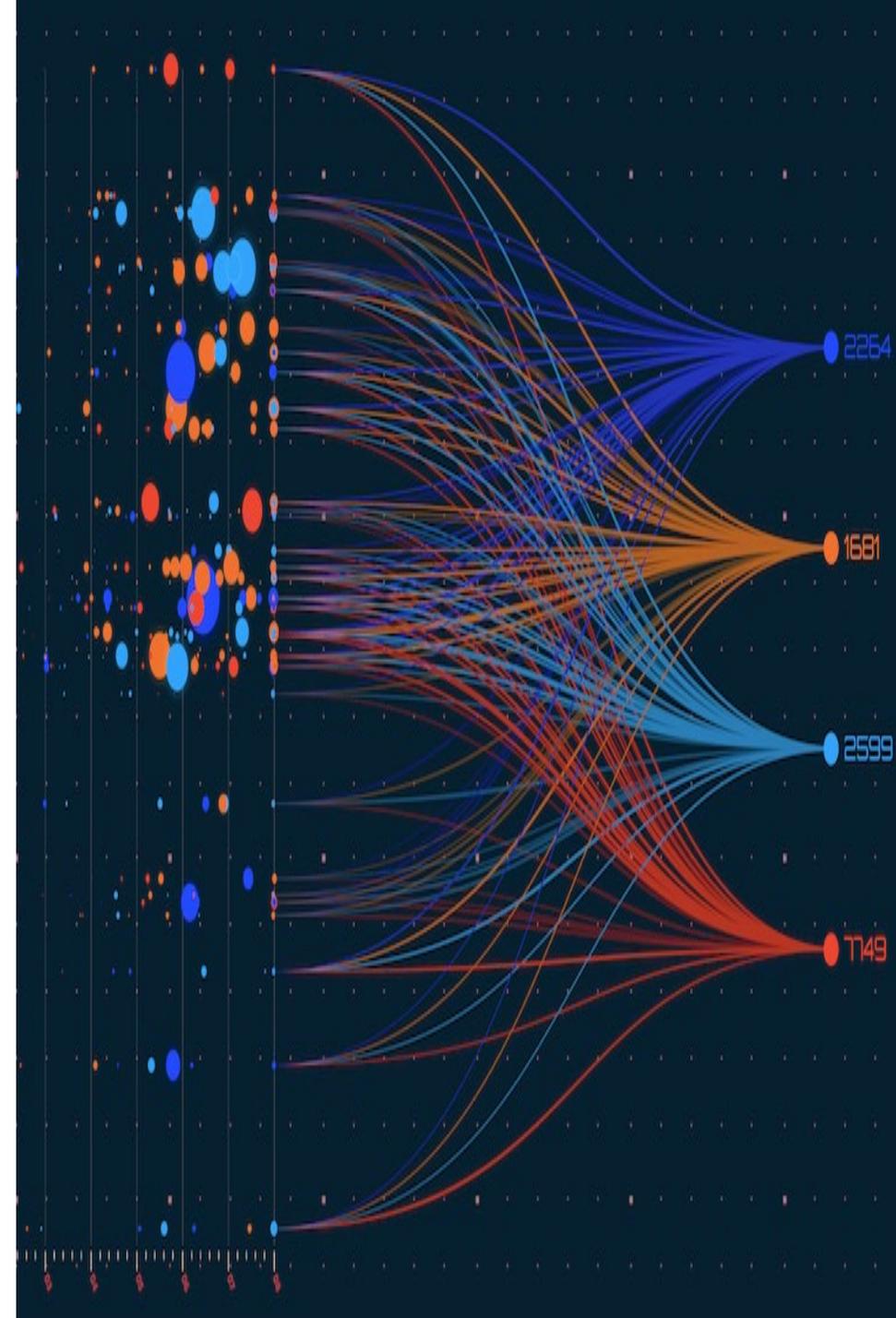
- Zone de chalandise (géomarketing)
- Segmentation clientèle
- Matrice attente/perception
- Consentements à payer

chain of grocery stores in the center of Maastricht



Savoir gérer ou contribuer à un projet orienté 'data'
pour des objectifs de développement d'affaires.

- Organiser la collecte, le traitement et la **visualisation** de données numériques de données d'affaires
- Connaître et piloter les outils et méthodes à mettre en œuvre
- Savoir identifier les KPIs et le **design** pertinent pour les communiquer
- **Reporting** auprès des différents services et fonctions





Pr. Benjamin Chevallier



Pr. Vincenzo Pallotta



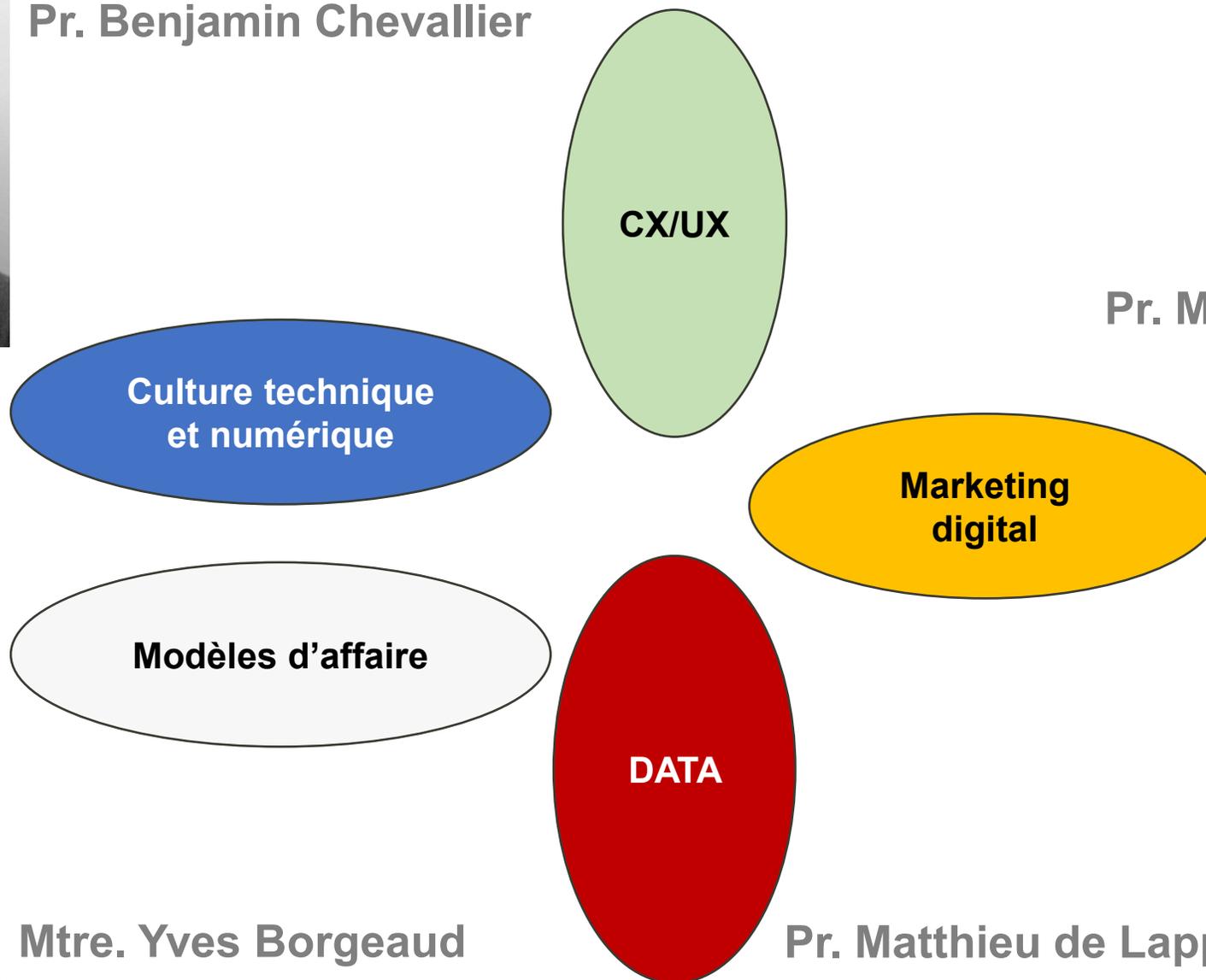
Pr. Mehdi Chérif-Zahar



Pr. Matthieu de Lapparent



Mtre. Yves Borgeaud



CX/UX

**Culture technique
et numérique**

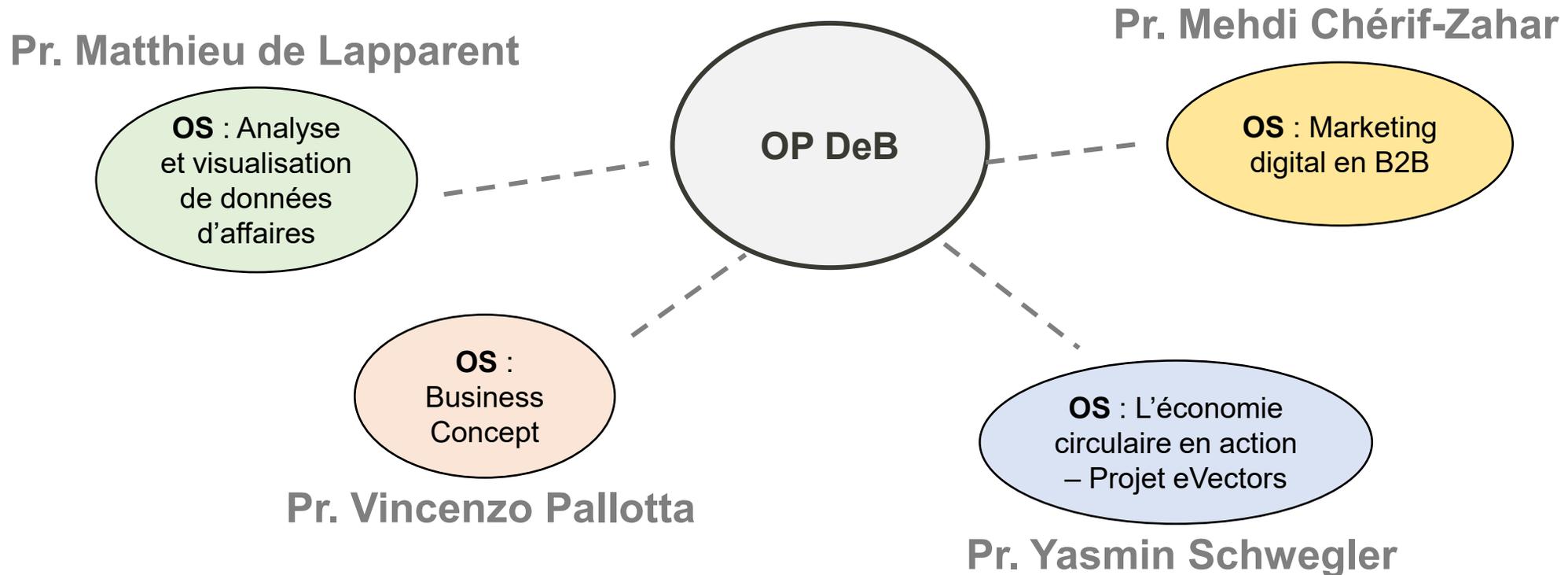
**Marketing
digital**

DATA

Modèles d'affaire

Option + *Défis du Management à l'Ere de la digitalisation*

- Vous trouverez plus d'informations sur la fiche descriptive de module
- Une attestation supplémentaire facultative validant la complémentarité des options choisies dans le domaine de compétences ***Digitalisation & e-Business***.



Questions ?

benjamin.chevallier@heig-vd.ch

matthieu.delapparent@heig-vd.ch