

3 jours (21 heures en présentiel ou 21 heures à distance en classe virtuelle)

Compétences visées

Apprenez à structurer et à piloter un projet digital de A à Z, de la phase créative à la livraison. Maîtrisez les outils stratégiques comme les personas et les user stories, coordonnez les équipes techniques et créatives, et assurez la réalisation de projets Web ou mobiles conformes aux attentes des clients. Apprenez à structurer et à piloter un projet digital de A à Z, de la phase créative à la livraison. Maîtrisez les outils stratégiques comme les personas et les user stories, coordonnez les équipes techniques et créatives, et assurez la réalisation de projets Web ou mobiles conformes aux attentes des clients.

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet de développer les compétences clés pour devenir chef de projet digital. Vous comprendrez les fondamentaux du digital et son évolution historique. Vous apprendrez à concevoir et piloter des projets Web et mobiles, en utilisant des outils comme les personas, les user stories, et les briefs stratégiques. Vous saurez structurer un projet en respectant les contraintes techniques et stratégiques, coordonner les équipes et répondre aux besoins des clients grâce à une gestion efficace.

Population visée

Cette formation s'adresse aux futurs chefs de projet digital, aux professionnels souhaitant renforcer leurs compétences en gestion de projets numériques, et aux personnes intéressées par le digital et ses outils.

Pré-requis

Avoir de bonnes connaissances du Web, de la publicité ou de la communication média est indispensable pour suivre cette formation.

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

Formateur spécialisé dans la gestion de projets digitaux, avec une expertise en coordination d'équipes techniques et créatives, et une maîtrise des outils stratégiques pour le pilotage de projets Web et mobiles.

Contenu

Introduction : rappels sur le digital

- Notions de base : interface et interaction, Internet et le Web
- Les évolutions du Web : 1.0, 2.0, 3.0, squared, IoT, participatif et social
- Quelle différence entre cross-media et trans-media ?
- Les métiers de la communication interactive
- Les grandes lignes de la conception d'un projet

Le périmètre d'un projet Web

- La phase créative (Zoning, Wireframe, Maquette, Mockup)
- Les bases de la conception Frontend (HTML, CSS, Javascript, Responsive)
- Les bases de la conception Backend (relation client/serveur, PHP, MySQL, BDD)
- Utilisation des API et des Frameworks pour aller plus vite
- A quoi sert un CMS, lequel choisir pour son projet ?
- Gestion d'ensembles et de flux de données (Bigdata vs OpenData)
- Le référencement (SEO, SEA, SMO)

Atelier 1

- Envisager les étapes de conception d'un site Web à l'aide d'un CMS (Wordpress)

Le contexte mobile

- Les principaux devices mobiles (matériel et OS)
- Avantages et inconvénients des appareils mobiles (tactile, mobilité, autonomie, capteurs)
- Utilisation des API (données, géolocalisation, réalité augmentée)
- Trois types d'applications : Native, Hybride, Web
- Contraintes et avantages des différents types d'applications
- Applications Web ou autonomes (le cas des Stores vs référencement)

Atelier 2

- Envisager les étapes de conception d'une application mobile

Le périmètre du projet

- Recueil et interprétation des besoins (brief client)
- Analyse du contexte sectoriel et concurrentiel (benchmark)
- Identification de la cible
- Le périmètre stratégique
- La gestion du temps et des moyens
- Rédiger un cahier des charges

Atelier 3

- Qualifier un brief client et rédiger un cahier des charges

L'analyse de cible

- La méthode des personas
- Le contexte d'utilisation
- Évaluation du niveau des utilisateurs (technique et usage)

Atelier 4

- Créer les fiches de persona d'un projet

Elaboration de la stratégie

- Le brief stratégique
- Le planning média
- Le brief créatif

Atelier 5

CHEF DE PROJET DIGITAL

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.

Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.

Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).

Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.

Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

- Interpréter un brief stratégique
- Créer un planning média et un brief créatif

Analyse des utilisateurs

- Création d'histoires d'utilisateur (user story)
- Dialogue entre l'utilisateur, la marque et l'interface

Atelier 6

- Créer une user story présentée sous forme de schéma

Piloter un projet

- Les différentes phases de conception d'un projet numérique (rappels)
- Création de produit vs refonte
- Les outils de gestion de projet
- Savoir faire le relai entre les équipes techniques, les créatifs et le client
- Recetter un projet