

CHEF DE PROJET DIGITAL

3 jours en présentiel (21 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les enjeux stratégiques, créatif et techniques d'un projet interactif. Situer son rôle au sein d'un projet. Décrire les étapes de création, de conception et de développement des différents formats de communication Web, social media, display & mobiles.

Population visée

Chef de projet ou producteur en agence de communication.

Pré-requis

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

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est remis en fin de stage. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices.

Formateur

Formateur expérimenté spécialiste de la gestion projet Web et de la conception Web.

Modalités de validation des acquis

Évaluation en ligne des acquis via un questionnaire. Attestation de fin de stage.

Contenu

Le contexte interactif

- Définir les notions d'interface et d'interaction
- Décrire le fonctionnement d'Internet et du Web
- Définir les termes Web 2.0, Web participatif, Web collaboratif et Web social
- Définir la notion de Longue traîne
- Définir les notions de Web squared, d'Internet des objets
- Envisager la communication interactive en tant que dispositif média global et connecté
- Différencier les dispositifs cross-media et trans-media
- Définir le terme RichMedia
- Décrire les étapes de conception d'un projet interactif
- Identifier les métiers de la communication interactive

Le contexte technique et technologique Web

- Définir les notions de base du HTML (standards, balises, hyperliens)
- Définir les notions de Web sémantique
- Décrire les mécaniques du référencement SEO
- Décrire le fonctionnement d'un site Web (relation client/serveur, front-end, back-office, BDD)
- Définir la notion d'API et décrire le fonctionnement de l'OpenData
- Décrire le fonctionnement de HTML, CSS et JavaScript
- Identifier les framework JQuery UI et de JQuery mobile
- Définir les notions de maquettes Web, de zoning, de wireframe et de mockup
- Définir la notion Web responsive design
- Différencier les technologies Flash et HTML5
- Identifier avancés de CSS, de HTML5 et de ses APIs
- Identifier les principaux CMS Open Source
- Envisager les étapes de conception d'un site Web avec le CMS Wordpress ou Drupal

Le contexte mobile

- Identifier les principaux devices mobiles (matériel et OS)
- Différencier la création d'une application native, d'un site Web mobile et d'une Web app
- Décrire les étapes de conception et de développement d'une application mobile native
- Décrire les étapes de conception et de développement d'une Web app
- Identifier les enjeux essentiels d'une expérience tactile et mobile
- Décrire les mécaniques d'utilisation des différents capteurs et sources de données
- Décrire les mécaniques de géolocalisation et de réalité augmentée

La définition du périmètre de projet

- Décrire la structure d'une expression de besoin
- Énumérer les moyens de qualification d'un brief client et définir le périmètre du projet
- Énumérer les critères d'analyse du contexte sectoriel et concurrentiel d'un projet (benchmark)
- Énumérer les critères d'identification de la cible d'un projet
- Énumérer les critères d'identification du périmètre stratégique d'un projet

Atelier 1

- Qualifier un brief client
- Estimer le périmètre stratégique d'un projet

L'analyse de cible

- Énumérer les principales sources d'analyse de cible
- Décrire la méthode des personas
- Décrire la structure d'une fiche de persona
- Énumérer les critères d'identification du contexte d'utilisation
- Énumérer les critères d'évaluation du niveau technique et d'usage des utilisateurs
- Énumérer les critères d'évaluation des états psychiques des utilisateurs

CHEF DE PROJET DIGITAL

Atelier 2

- Créer les fiches de persona d'un projet
- Évaluer le niveau des cibles concernées

La définition stratégique du projet

- Identifier la structure d'un brief stratégique
- Identifier la structure d'une planification média interactive
- Identifier la structure d'un brief créatif interactif
- Définir la notion d'insight dans un contexte de communication interactive

Atelier 3

- Interpréter un brief stratégique digital
- Créer un planning média
- Concevoir un brief créatif & définir les insights

La création d'histoires d'utilisateur

- Décrire les méthodes de création d'histoires d'utilisateur (user story)
- Décrire les modes de dialogue entre l'utilisateur, la marque & l'interface
- Décrire les principaux modes de présentation d'histoires d'utilisateur

Atelier 4

- Créer une histoire d'utilisateur (user story)
- Présenter son histoire sous forme de schéma