

Titre Professionnel Chef de Projet Web et Stratégie Digitale



Objectifs :

- Créer et mettre en oeuvre la gestion des projets web
- Prendre en charge la responsabilité d'un projet ou l'activité Internet avec un double objectif marketing et fonctionnel
- Définir et mettre en place la stratégie digitale d'une entreprise
- Maîtriser, le web design, le community management, le référencement, les campagnes de pub sur les réseaux sociaux et sur google, le management de projet, le développement de sites Internet et E-commerce
- Coordonner et piloter les équipes (webdesigners, rédacteurs, référents informatiques, webmarketeurs) dans le but d'aboutir à la livraison de livrables de qualité, dans le respect des délais et de la charge.

Public visé :

La formation professionnelle chef de projet digital est ouverte aux :

- demandeurs d'emploi
- jeunes issus d'une filière Bac+2 dans les domaines de l'informatique, du développement informatique, communication, marketing de l'infographie
- personnes en reconversion professionnelle ayant une formation initiale avec un niveau de qualification Bac+2 dans les domaines de l'informatique, du développement informatique, de la communication, du marketing et de l'infographie



Prérequis :

Être titulaire d'un titre de niveau 5, Bac+2 (anciennement niveau III)

Ou

d'un diplôme national de niveau 5, Bac+2 (BTS, DUT etc.)

Ou

justifier au minimum de 3 années d'expérience professionnelle en lien avec la certification

Pour postuler à cette formation de chef de projet web et stratégie digitale vous devez être curieux, organisé, créatif et avoir le goût des nouvelles technologies

Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible via :

- Le cofinancement FSE pour les demandeurs d'emploi
- Le contrat Pro-A, le CPF de transition, le plan de formation ou le CPF pour les salariés
- Le financement personnel pour les particuliers

Pour tout autre profil consultez-nous

Etapes d'inscription :

- 1) Dépôt du dossier de candidature par mail
- 2) Admission sur dossier et entretien
- 3) Inscription définitive à compter de la lettre d'engagement à suivre le parcours cofinancé par le FSE

Les délais d'accès sont compris entre 1 et 4 mois, selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé

Code diplôme : 26C31207

Code RNCP : 34455



Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Formation continue



Filière de formation :

Digital & Numérique



Niveau de sortie de la formation :

Niveau 6 (Bac+3) – 180 ECTS



Durée de la formation :

1 année / 1 099 heures dont 602 heures de formation



Coût de la formation :

Coût : 10 664 €

Demands d'emploi : formation gratuite pour le bénéficiaire (cofinancement par le Fonds Social Européen et la CTM pour 18 stagiaires au titre du PO FEDER FSE 2014-2020)

Salariés : prise en charge Pro-A par OPCO et entreprise à hauteur de 10 000 €

Autres dispositifs : 7 000 €



Prochaines sessions :

Septembre 2021



Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi par un réseau de transport urbain
Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



EGC Martinique

SKILLFOR Campus - Pôle Consulaire de Formation

Rue Aubin Edmond – Quartier Case Navire
97233 SCHOELCHER

0596 64 98 41/46

www.egc-martinique.com



Gestionnaire de formation :

Hervé SYMPHOR

accueil_skillfor@martinique.cci.fr

05 96 64 98 47



Rythme de formation :

6 mois consécutifs de formation en centre
4 mois consécutifs de stage en entreprise



Modalités pédagogiques :

Formation en présentiel
 Alternance théorique et pratique
 Accompagnement et suivi individualisé
 Utilisation d'outils numériques
 Intervention de professionnels
 Travail en mode projet



Programme :

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation dans le cadre d'ateliers professionnels mais aussi en entreprise dans le cadre de l'alternance
 Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences

RNCP34455BC01 Elaborer et mettre en œuvre le webmarketing et la stratégie digitale – 174 heures

1.1 Définir et mettre en œuvre une stratégie marketing digital

- réaliser une étude de marché
- analyser le marché, son mode de fonctionnement et réaliser un benchmark concurrentiel
- réaliser une analyse marketing stratégique
- segmenter le marché selon les variables de l'entreprise et analyser les cibles et leur comportement d'usage d'outils numériques
- définir le positionnement et la stratégie de différenciation d'une entreprise sur internet
- auditer un site/une application web de l'entreprise et proposer des améliorations
- réaliser un business model canvas pour une activité sur internet
- mettre en place des enquêtes qualitatives et quantitatives afin d'obtenir des informations sur les besoins des utilisateurs/clients finaux
- mettre en place une stratégie cross et multicanal pour améliorer la rentabilité de chaque canal en l'utilisant au meilleur moment du cycle d'achat pour répondre aux nouvelles attentes client
- mettre en place des indicateurs de performance (KPI) afin de mesurer l'efficacité d'une action web marketing et le ROI

1.2 Elaborer et mettre en place une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- définir le positionnement de l'entreprise sur les réseaux sociaux l'opportunité pour chaque réseau
- analyser les cibles sur les réseaux sociaux et cibler l'audience
- concevoir un retroplanning pour les publications sur les réseaux sociaux
- définir la stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux
- mettre en place une campagne de publicité payante sur les réseaux sociaux
- animer une communauté et mettre en place une stratégie d'acquisition et de fidélisation sur les réseaux sociaux
- gérer une crise sur les réseaux sociaux
- mettre en place les indicateurs de performance sur les réseaux sociaux et mesurer le ROI

1.3 Elaborer une stratégie d'acquisition de trafic et définir la stratégie de référencement naturel et payant afin d'optimiser la visibilité d'un site web sur les moteurs de recherche

- réaliser un audit de référencement naturel (SEO) d'un site web et proposer des solutions d'amélioration
- réaliser une étude sémantique pour préparer la phase de référencement naturel
- positionner un site web sur les moteurs de recherche en fonction des requêtes de recherche stratégiques
- mettre en oeuvre des outils statistiques (code de suivi) afin de pouvoir analyser le comportement de l'internaute sur un site web
- analyser les données statistiques pour développer et faire évoluer un site Internet en intégrant les habitudes de navigation de la cible et réaliser des rapports d'analyse automatisés
- élaborer les campagnes de référencement payant, définir la cible et la stratégie, gérer le budget et mesurer le ROI
- identifier et optimiser les points de conversion d'un site web
- mettre en place les indicateurs de performance (KPI) afin de mesurer le ROI des campagnes de référencement naturel et payant

1.4 Elaborer une stratégie e-business d'inbound marketing

- analyser la cible et appliquer les techniques du marketing permissif entrant
- mettre en place la stratégie de différenciation et construire l'image et l'identité de marque (branding)
- construire le brand content pour l'ensemble des canaux de communication et/ou points de contact avec l'utilisateur/le client
- mettre en place une stratégie de contenu et réaliser un plan éditorial sur l'ensemble des supports de communication digitaux
- mettre en place une stratégie de social selling
- réaliser un mapping de positionnement pour l'entreprise ou pour la marque et identifier le potentiel du marché
- utiliser les méthodes de lead nurturing pour entretenir une relation avec les prospects
- mettre en place des indicateurs de mesure (KPI) spécifiques à l'inbound marketing

RNCP34455BC02 Concevoir et réaliser le web design – 141 heures**2.1 Réaliser le design d'interface d'un projet web**

- réaliser les moodboards et compt boards afin de préparer la production des éléments graphiques
- réaliser la charte graphique pour un projet web
- réaliser le design, les éléments visuels et les animations graphiques
- optimiser les images et les photos pour un rendu de qualité sur le web
- construire un scénario de navigation et identifier le parcours utilisateur
- créer les maquettes graphiques du projet web
- présenter un cahier des charges graphique respectant les choix et contraintes graphiques, répondant aux attentes et besoins du commanditaire
- concevoir le projet en intégrant les contraintes graphiques
- réaliser les prototypages de page afin de pouvoir tester les propositions graphiques pour l'utilisateur final
- réaliser les gabarits de pages

2.2 Réaliser le design de l'expérience utilisateur (UX design)

- auditer l'ergonomie d'un site web et apporter des solutions d'amélioration
- intégrer les règles d'autonomie web et mobile dans le processus de conception
- auditer l'accessibilité d'un site web et réaliser des interfaces accessibles
- réaliser l'architecture du site (l'arborescence)
- réaliser les maquettes fonctionnelles (zoning et wireframes)
- réaliser les tests d'utilisabilité
- réaliser un audit UX (de l'expérience utilisateur) à l'aide d'une grille d'évaluation
- élaborer la charte de l'expérience utilisateur et concevoir le design d'expérience

2.3 Développer un site internet à partir du cahier des charges graphique et réaliser le design responsive

- créer les pages web en HTML5/CSS3
- réaliser des pages web avec un éditeur simple ou évolué (Visual Studio Code, Notepad++, Sublime text...)
- documenter les sources et élaborer une documentation
- optimiser l'affichage du site sur différents navigateurs
- coder en intégrant les composants natifs de bootstrap
- élaborer les documents d'installation
- réaliser le recettage et mettre en place les correctifs

RNCP34455BC03 Manager un projet web et piloter sa réalisation – 106 heures**3.1 Analyser les besoins clients, élaborer un cahier des charges fonctionnels et chiffrer le coût du projet web**

- Auditer un site web afin d'élaborer un diagnostic de présence digitale
- recueillir et analyser les besoins clients
- coordonner les équipes projet et remédier aux conflits
- évaluer le coût financier interne/externe d'un projet web

rédiger un cahier des charges fonctionnel contraint et en garantir la faisabilité

-
- rédiger l'analyse fonctionnelle détaillée
- gérer les aléas et les risques et proposer des solutions alternatives
- mettre en place le recettage et prévoir les correctifs éventuels
- accompagner et conseiller le client dans les différentes phases du projet
- planifier le projet sur outil informatique

3.2 réaliser le cahier des charges techniques afin de planifier et d'organiser les différentes phases de réalisation du projet

- réaliser une étude de faisabilité technologique et économique
- estimer le coût de réalisation à partir du cahier des charges fonctionnel
- réaliser le cahier des charges technique
- rédiger les spécifications techniques détaillées
- répondre à un appel d'offres / soutenir sa réponse devant le commanditaire
- réaliser un planning projet
- assurer le suivi et le reporting projet
- s'assurer de la bonne évolution du projet en évaluant au mieux les ressources

3.3 Coordonner et superviser la réalisation technique d'un projet, sa livraison, son installation, en garantissant sa conformité ; manager l'équipe projet

- Manager une équipe de production ; déterminer tâches et délais ; constituer, encadrer, accompagner, évaluer l'équipe
- gérer les risques liés à la réalisation du projet
- piloter les relations avec les parties prenantes

RNCP34455BC04 Développer sites et applications web – 181 heures**4.1 Développer une application web statique à partir d'un cahier des charges existant**

- rédiger la proposition de solutions techniques en conformité avec la demande
- effectuer le découpage et l'intégration des maquettes graphiques
- transposer les maquettes graphiques ou les prototypes de pages (HTML5/CSS3/JS)
- composer la mise en page web (librairie Bootstrap)
- développer un site (HTML5/CSS3/JS)
- créer une structure de page optimisée pour le référencement naturel
- optimiser les images pour le web
- optimiser son code pour un temps de chargement minimal
- concevoir et intégrer des animations avec JavaScript
- assurer la maintenabilité d'un site
- assurer la compatibilité sur les différents navigateurs, établir et tester un plan de recettage sous différentes configurations/navigateurs
- utiliser un éditeur de code avancé dans la phase d'intégration pour élaborer les pages web
- optimiser les médias et le code pour une consultation sur mobile

4.2 Développer une application web dynamique en cohérence avec le cahier des charges validé par le commanditaire

- coder en intégrant les règles de programmation JavaScript et PHP
- créer un site web en utilisant un gestionnaire de contenu (Wordpress, Drupal,...), développer, intégrer, maintenir et optimiser l'information
- création de thème/Template en développement de site/appli web avec recours à un gestionnaire de contenu
- mettre en place et paramétrer un serveur web local (Wamp, Laragon, Xamp)
- mettre en ligne un site web

4.3 Mettre en place une veille stratégique de contrôle, entretien et mise à jour de site via la gestion de base de données, la rédaction de contenus et l'intégration de supports multimédias

- auditer, formaliser et définir une stratégie d'évolution d'un site internet en intégrant les différents indicateurs de performance
- mettre en place des outils de suivi et de contrôle de l'information
- mettre en place une stratégie de veille
- assurer les mises à jour d'un site existant
- optimiser le référencement naturel d'un site existant
- améliorer l'ergonomie d'un site web existant (navigation, arborescence, rubriquage)

☆☆☆ Modalités d'évaluation :

Le dispositif d'évaluation décliné au sein du référentiel de Certification repose sur une double articulation des évaluations des acquis : 2/3 en centre de formation (sous forme de contrôle continu et/ou d'études de cas) et 1/3 en entreprise (situation professionnelle)

L'évaluation en entreprise repose sur une évaluation du tuteur, du mémoire écrit, ainsi que sur une soutenance finale devant un jury de professionnels

Chaque bloc de compétences fait l'objet d'évaluations propres permettant une validation par bloc le cas échéant

Les modalités et dates de passage de l'examen de la formation « Chef de Projet Web et Stratégie digitale » sont définies et organisées par l'EGC Martinique conformément au Référentiel de formation

Pour obtenir le diplôme, il faut satisfaire aux conditions suivantes :

- Moyenne par bloc de compétence supérieure ou égale à 10/20
- Moyenne finale du diplôme supérieure ou égale à 12/20

Si un candidat ne valide pas à un bloc de compétences, il obtient partiellement le diplôme et peut se représenter pendant 5 ans, aux blocs non validés.

Validation des blocs de compétences :

En cas d'échec à la certification globale, le candidat peut obtenir la validation partielle de certains blocs de compétences, acquis pour une durée de 5 années

**Suites de parcours et débouchés :**Suites de parcours :

La formation Chef de Projet Web et Stratégie digitale conduit à une insertion professionnelle rapide. Il est néanmoins possible de poursuivre vers une certification de niveau 7 (Bac+5) de type universitaire (Master DEG, mention marketing dans un mode digitalisé) ou spécialisé (Master marketing & data analytics, Master communication & social media...)

Equivalences/Passerelles :

L'évaluation des acquis s'articule autour des quatre blocs de compétences :

- Web marketing et stratégie digitale
- Web design
- Management de projet web
- Développement web

Un certificat partiel des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation de chaque bloc de compétences.

Emplois visés :

- Chef de projet web
- Chef de projet digital
- Chargé de marketing digital
- Web marketer (Responsable web marketing)
- Intégrateur Web
- Web designer
- UX designer
- Webmaster
- Développeur web



Les points forts de la formation :

- Un cursus vous destinant à assurer l'interface d'équipes techniques, marketing et de production avec une dimension polyvalente et d'excellentes qualités en termes de conseil et de relation client
- Le Bachelor Chef de Projet web et stratégie digitale est classé dans le TOP 10 des "Meilleures Licences et Bachelors et Grandes Ecoles" en 7^{ème} place en 2020
- Formation orientée en mode projet
- Equipe encadrante issue du monde professionnel



Chiffres clés :

Taux d'obtention de la certification : 94%

Taux d'interruption en cours de formation : 0%

Taux de satisfaction : 100%

Taux de poursuite d'études : 18% (sortants 2020)

Taux d'insertion professionnelle : 76% (sortants 2020)