

CERTIFICATION

RNCP34758 - MANAGER EN STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT DE PROJET DIGITAL Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation

- La certification est composée de 4 blocs de compétences.
- La validation cumulative des 4 blocs est nécessaire à l'obtention de la certification.
- Chaque bloc fait l'objet d'une certification et peut être capitalisé.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC DE COMPETENCES N° 1 : Analyse de l'environnement technique et économique et des besoins digitaux d'une entité cliente			
1.1- L'exercice d'une veille technologique et concurrentielle <ul style="list-style-type: none"> • L'organisation de son système de veille • Le repérage et l'évaluation des évolutions technologiques • Le benchmark des stratégies et pratiques digitales des entreprises concurrentes 	En repérant les sources d'informations à exploiter et en définissant les modalités de collecte et de traitement des données, opérer une veille technologique et concurrentielle dans le domaine du numérique, en identifiant les tendances, innovations et nouveaux usages et en évaluant leur opportunité d'adaptation à la stratégie digitale de ses clients. <ul style="list-style-type: none"> • Structurer un système de veille permettant de suivre les évolutions technologiques, les nouveaux usages et les besoins émergents des utilisateurs – notamment en matière d'accessibilité pour les publics en situation de handicap – dans le domaine du digital. • Identifier les sites références, les influenceurs et les lieux d'expression incontournables – blogs, réseaux sociaux et professionnels, afin de sélectionner les sources d'informations pertinentes au regard du périmètre de ses investigations. • Participer aux manifestations professionnelles de son domaine d'activité, en repérant les événements phares du secteur et en évaluant leur intérêt, afin de s'insérer dans sa communauté professionnelle. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>Une note d'analyse portant sur les technologies et l'économie numériques, résultant de l'exercice d'une veille dans le domaine du digital, sous la forme d'un dossier professionnel</p> <p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Dossier professionnel Travail individuel Production écrite et orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la démarche d'investigation : <ul style="list-style-type: none"> - la thématique choisie s'inscrit dans l'univers digital et ses enjeux technologiques et économiques, - le périmètre de recherche est précisément circonscrit, - la problématique est clairement identifiée et définie, - les sources d'information repérées sont exhaustives et complémentaires, - les sources d'information sélectionnées sont fiables et cohérentes au regard du sujet traité. • Qualité de l'analyse : <ul style="list-style-type: none"> - les informations collectées sont organisées, triées et hiérarchisées,

	<ul style="list-style-type: none"> • Repérer les dernières tendances, nouveaux besoins des utilisateurs et innovations technologiques, en exploitant les données collectées au cours de ses recherches. • Anticiper les effets des innovations technologiques et des nouveaux usages numériques, en analysant leur impact potentiel sur les produits et services web de ses clients et en identifiant les solutions émergentes favorisant leur accessibilité aux publics en situation de handicap, notamment visuel. • Evaluer le potentiel des innovations technologiques repérées au cours de la veille, en déterminant leurs opportunités et modalités d'adaptation pour ses clients. • Analyser les nouveaux produits et services digitaux proposés sur le marché, en opérant une veille concurrentielle sur les principaux acteurs de son segment d'activité, afin d'évaluer l'intérêt et les conditions de leur appropriation par ses clients. • Préconiser le déploiement de nouvelles solutions et compétences dans les pratiques numériques de ses clients, en s'appuyant sur les résultats de ses analyses, afin de leur permettre d'optimiser leur stratégie digitale. 		<ul style="list-style-type: none"> - les tendances, usages et besoins émergents des consommateurs dans le domaine digital sont correctement identifiés, - les innovations technologiques et stratégiques sont repérées et évaluées, - l'impact des innovations et tendances du marché est correctement évalué, - les préconisations sont réalistes et leur valeur ajoutée démontrée. <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la restitution écrite et orale : <ul style="list-style-type: none"> - la documentation est structurée, claire et organisée conformément aux standards professionnels, - la problématique et les enjeux sont formulés de façon claire et synthétique, - l'analyse est argumentée et factuelle.
<p>1.2- La collecte et l'analyse du besoin de clients internes ou externes</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'identification des demandes et appels d'offres en matière de projet digital • Le recueil de données complémentaires • L'analyse des données et l'identification des besoins • La formulation de la problématique à traiter et du système de contraintes à prendre en compte 	<p>En repérant les appels d'offre relevant de son secteur d'activité ou en répondant aux sollicitations de clients internes ou externes, analyser le besoin à satisfaire en organisant la collecte et le traitement des données nécessaires à l'expression, la compréhension et la définition des attentes explicites et sous-jacentes des clients.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechercher les appels d'offre publics ou privés relevant de son secteur d'activité, en consultant les publications spécialisées ou en se tenant informé via son réseau. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>L'analyse du besoin de l'entité cliente, fondée sur l'organisation du recueil d'informations pertinentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la méthode d'analyse et de définition du besoin : <ul style="list-style-type: none"> - Les étapes de diagnostics sont correctement ordonnées - Les bonnes sources d'informations sont identifiées en interne et en externe - les informations complémentaires à collecter sont correctement identifiées,

- Identifier les marchés sur lesquels positionner favorablement son entreprise, au regard des projets à conduire et des critères de sélection des cahiers des charges.
- Définir les informations complémentaires à recueillir afin d'analyser les besoins issus d'un appel d'offre, ou d'une demande client interne ou externe.
- Préparer les modalités d'investigation à effectuer - entretien direct ou par téléphone, recherche documentaire -, en choisissant les personnes à contacter et les démarches les plus pertinentes à effectuer au regard du projet et des délais de réponse.
- Conduire des entretiens exploratoires auprès des acteurs sélectionnés, afin de consolider la définition des attentes explicites ou non, et les besoins réels de l'entité cliente.
- Traiter les données recueillies lors des investigations, en les recoupant et en les structurant selon les thèmes abordés et leur importance au regard du projet.
- Analyser l'ensemble des données traitées, afin d'identifier les besoins liés au projet, d'en mesurer l'ampleur, les enjeux et de définir son système de contraintes, que celles-ci soient financières, temporelles ou résultent de la politique de son client en matière de RSE.
- Etablir des recommandations concernant la solution à développer, compte tenu de la problématique du client et du système de contraintes à prendre en compte.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :

Etude de cas réel
Travail individuel
Production écrite et orale

- les données permettant de contrôler la qualité des informations collectées sont identifiées
- le choix des modalités de collecte du besoin est adapté au contexte et aux spécificités de l'entité cliente,
- la sélection des acteurs de l'entité cliente à rencontrer est judicieuse,
- la collecte d'informations est exhaustive et permet une analyse approfondie et consolidée du besoin.

- Qualité de l'analyse du besoin :
 - les différentes dimensions de la demande client sont identifiées et prises en compte,
 - la nature du besoin exprimé et les objectifs du client sont compris,
 - l'environnement du client et son positionnement sont correctement qualifiés,
 - la problématique du client est correctement identifiée et reformulée,
 - les attentes implicites et sous-jacentes du client sont identifiées,
 - les contraintes du client sont identifiées et évaluées,
 - les recommandations formulées répondent au besoin et à la problématique du client.

BLOC DE COMPETENCES N° 2 : Elaboration de projet digital au service d'une entité cliente

2.1- La conception et la négociation du projet digital

- La recherche et la conception de solutions adaptées au besoin du client
- La structuration et la planification du projet
- L'identification des moyens à mobiliser et l'élaboration du budget
- La présentation et la négociation du projet avec son client

Au regard du périmètre du projet et des objectifs définis au moyen d'études complémentaires et de l'analyse du besoin, élaborer la solution digitale adéquate en s'appuyant sur une équipe d'experts, en formalisant sa proposition et en développant un argumentaire en vue de sa négociation avec le client.

- Déterminer le périmètre du projet, les objectifs à atteindre, et ses conditions de faisabilité au regard des besoins identifiés et des ressources disponibles.
- Sélectionner les études complémentaires à mener afin d'explorer les dimensions fonctionnelles, ergonomiques et techniques permettant d'orienter les choix de solutions.
- Superviser la réalisation des études en veillant au traitement des informations permettant de produire les objectifs fonctionnels auxquels doit répondre la solution à produire.
- Constituer une équipe d'experts selon les compétences à mobiliser, en leur restituant la problématique du projet et en leur fournissant les données recueillies au cours de la phase d'investigation.
- Animer des réunions de travail avec son équipe d'experts afin d'analyser les contraintes techniques et d'accessibilité à prendre en compte et leurs implications en matière de développement, au regard des objectifs économiques et fonctionnels et des cibles visées.
- Concevoir une solution en synthétisant les différentes contributions des experts, en évaluant ses conditions

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

La conception d'une solution digitale adaptée au besoin et l'élaboration de la structuration du projet et de ses conditions de réalisation, sous la forme d'un plan projet

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :

Etude de cas
Travail collectif
Production écrite et orale

- Pertinence de la démarche de conception du projet digital :
 - le périmètre du projet, ses objectifs et contraintes sont correctement définis,
 - les concordances entre la demande, le besoin, le projet et les axes stratégiques sont identifiés,
 - la sélection et la réalisation des études complémentaires permettent la définition d'une solution appropriée,
 - les équipes mobilisées en interne et en externe ont les compétences techniques, financières, légales et l'expérience nécessaires pour répondre aux enjeux et besoins.
- Qualité de la structuration du projet digital :
 - la proposition est structurée (plan, hiérarchisation des parties, mise en forme, lisibilité), complète (compréhension du besoin et des enjeux, réponse technique, équipe proposée, réponse financière : prix, méthodes de chiffrage et hypothèses),

	<p>de faisabilité, ses avantages, ses limites et les contraintes à prendre en compte et en veillant au respect des principes de développement durable et d'accessibilité pour les publics en situation de handicap.</p> <ul style="list-style-type: none">• Etablir le calendrier de réalisation du projet, en tenant compte de l'articulation et de la durée de ses phases successives, afin de garantir le respect des délais et échéances fixés.• Elaborer les instruments de pilotage du projet, en choisissant les outils de suivi et indicateurs de mesure permettant de contrôler sa mise en œuvre et d'assurer la tenue des objectifs visés en termes de qualité, coût et délai.• Evaluer les moyens financiers, humains et techniques nécessaires à la réalisation du projet, en identifiant les intervenants internes et externes à intégrer au regard des compétences à mobiliser.• Elaborer le budget, en estimant les charges du projet compte tenu des moyens humains à mobiliser et en choisissant la clé de répartition entre ressources internes et externes.• Structurer l'arborescence du projet, en définissant les différentes étapes de sa réalisation, les actions à mettre en œuvre et les ressources nécessaires au regard des objectifs visés et des contraintes identifiées.• Présenter la proposition de projet formalisée au client interne ou externe afin d'en négocier les différents aspects, en argumentant les choix opérés.		<ul style="list-style-type: none">- la proposition est en cohérence avec les besoins et attentes du client et sa stratégie commerciale ou de communication,- le plan d'actions est en cohérence avec la solution digitale à développer,- le calendrier de réalisation est réaliste, les phases et tâches du projet sont déterminées et le calcul des délais exact,- l'estimation des moyens humains, techniques et financiers est correcte et budgétisée,- les outils et indicateurs de suivi sont cohérents au regard des critères de réussite du projet. <ul style="list-style-type: none">• Qualité de la présentation du projet digital :<ul style="list-style-type: none">- les arguments développés répondent à des critères de faisabilité technique et commerciale et démontre la compétitivité de la solution,- la valeur ajoutée de la proposition est démontrée,- les questions, les interrogations et les objections sont traitées en fournissant des réponses argumentées et des éléments tangibles.
--	--	--	---

<p>2.2- La formalisation des documents de référence du projet digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le choix du format et du type de documentation adaptés • L'élaboration du cahier des charges • La conception de <i>backlog</i>, d'<i>user story</i> et de brief créatif 	<p>En veillant à son adaptation au cadre méthodologique choisi, formaliser le cahier des charges du projet digital, en élaborant et/ou en supervisant la réalisation des documents de référence définissant la solution à développer et guidant l'action des différents contributeurs du projet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les documents de référence à élaborer en fonction de la solution à développer, afin de cadrer la contribution des acteurs impliqués dans la réalisation du projet. • Concevoir les documents de référence à destination des différentes parties prenantes du projet, en choisissant le format et le degré de précision adaptés à sa nature et à la méthode de conduite de projet employée. • Superviser la réalisation du cahier des charges, en coordonnant la rédaction des spécifications techniques et fonctionnelles, et en veillant à la clarté et l'exhaustivité des informations concernant le périmètre, les objectifs, le budget et le calendrier du projet. • Elaborer le <i>backlog</i> de produit, en spécifiant et en priorisant les tâches et fonctionnalités à réaliser, et en le modifiant régulièrement en fonction de l'évolution du projet. • Créer les <i>user stories</i>, en définissant les profils-types utilisateurs et en décrivant leurs parcours pour une fonctionnalité. • Rédiger les briefs à destination des équipes créatives, afin de traduire les attentes et objectifs du client et de les cadrer dans la formulation de leurs propositions, en veillant à la clarté et à la concision du document. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>Le cahier des charges et/ou les documents de référence du projet digital</p> <p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité du contenu des documents de référence du projet : <ul style="list-style-type: none"> - la nature, le type et le format des documents sont choisis à bon escient au regard des spécificités du projet, - les différents documents établis sont complémentaires et fixe le cadre des actions à conduire, - les spécifications et exigences techniques, fonctionnelles et ergonomiques sont clairement spécifiées, - le degré d'informations est la fois suffisamment précis et concis pour permettre une utilisation commode de la documentation, - les critères de qualité et contraintes à prendre en compte sont explicités. • Qualité formelle des documents de référence du projet : <ul style="list-style-type: none"> - les standards professionnels sont respectés, - les documents sont structurés, fonctionnels, complets et utilisables.
--	--	--	---

BLOC DE COMPETENCES N° 3 : Le pilotage de projet digital au service d'une entité cliente

3.1- La définition des méthodes et la mobilisation des ressources humaines

- La constitution de l'équipe projet
- L'identification et la sélection de fournisseurs externes
- Le choix et la définition de la méthode de conduite de projet appropriée

Au regard du contexte et des spécificités du projet digital à conduire, choisir les moyens humains et méthodologiques nécessaires à sa réalisation, en constituant l'équipe projet et en définissant l'organisation, les modes de collaboration et les modalités de pilotage et de gestion adaptés.

- Constituer l'équipe projet, en rassemblant de façon complémentaire les compétences internes et externes nécessaires à sa réalisation au regard de sa nature et des objectifs visés.
- Choisir les prestataires externes, en établissant sa sélection parmi les fournisseurs référencés par son entreprise ou en identifiant ceux correspondant à ses besoins et en veillant à intégrer les considérations environnementales dans ses critères de choix, afin de négocier et contractualiser leur prestation.
- Identifier les modalités et méthodes de conduite de projet appropriées, en fonction de la problématique à traiter, du contexte, de l'équipe constituée et des usages prévalant au sein de l'entité cliente.
- Définir la méthodologie de projet, en choisissant l'approche permettant de minorer les risques et d'optimiser l'organisation du travail au regard de l'environnement et des objectifs visés.
- Organiser les modalités de pilotage du projet, en définissant le système de suivi, de communication,

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

Le plan de management du projet digital

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :

Mise en situation professionnelle
Travail individuel
Production écrite et orale

- Pertinence de la composition de l'équipe projet :
 - les compétences mobilisées sont en cohérence et en adéquation avec les besoins du projet, au regard de sa nature, des objectifs visés et des technologies utilisées,
 - les acteurs, les responsabilités et les contributions sont identifiés et correctement choisis,
 - les instances de pilotage et de décision sur le projet sont pertinents,
 - le choix des partenaires et prestataires est pertinent et en cohérence avec les critères de coût et qualité.
- Qualité de la méthode de management définie :
 - la méthode de conduite de projet choisie est adaptée au contexte et permet d'en maîtriser les risques,
 - le choix des modalités d'échange et l'organisation des

	d'évaluation et de <i>reporting</i> en direction des différentes parties prenantes.		flux d'information est en cohérence avec les spécificités du projet et son contexte, - le système de suivi, d'évaluation et de <i>reporting</i> permet la maîtrise du déroulement du projet.
3.2- Le pilotage de la mise en œuvre du projet digital <ul style="list-style-type: none"> • L'organisation du partage et de la diffusion de l'information • Le suivi des relations avec le client, interne ou externe • Le pilotage des différentes étapes du projet • La gestion du budget • Le recettage et la livraison du produit ou de la solution digital(e). 	En assurant les relations avec les différentes parties prenantes et en organisant le partage des informations entre les acteurs impliqués, superviser la mise en œuvre du projet digital en pilotant et contrôlant la réalisation de ses différentes phases, afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés en matière de qualité, coûts et délais. <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la communication entre les différentes parties prenantes du projet, en définissant les modalités de circulation des flux d'informations et en assurant leur diffusion et leur partage auprès des acteurs concernés. • Gérer la relation avec le client, en l'associant de façon active à la mise en œuvre du projet et en l'informant en permanence de son avancée, des difficultés rencontrées et des arbitrages à opérer. • Piloter l'action des fournisseurs et partenaires techniques, en suivant le déroulement de leurs prestations et en s'assurant de leur conformité en termes de qualité, de respect des délais et de pratiques respectueuses de l'environnement. • Animer les réunions de projet faisant intervenir les différentes parties prenantes, en les impliquant dans l'identification, l'analyse et la formulation des mesures à prendre selon l'évolution du projet. • Contrôler le déroulement et l'exécution des différentes phases du projet, en mettant en place les indicateurs de suivi et tableaux de bord permettant l'évaluation de la performance et la maîtrise des coûts et des délais. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>La solution digitale répondant au besoin de l'entité cliente, résultant du pilotage de la mise en œuvre du projet</p> <p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle Travail collectif Production digitale et présentation orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Efficacité du pilotage du projet : <ul style="list-style-type: none"> - le système de communication permet le partage des informations auprès des différentes parties prenantes, - le client est associé et impliqué dans la mise en œuvre du projet, - la prise de décision est collégiale et les ajustements nécessaires sont pris en concertation avec les parties prenantes, - l'évolution du projet et ses différentes actions sont évaluées en continu, - l'enveloppe budgétaire est respecté, - le calendrier de mise en œuvre et la tenue des échéances fixées sont respectées. • Qualité de la solution digitale développée : <ul style="list-style-type: none"> - le plan de tests permet un développement maîtrisé de la solution, - les non-conformités, dysfonctionnements et défauts de performance sont détectés

	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluer le résultat des actions engagées, en rendant régulièrement compte au client de l'avancée du projet et en convenant avec lui d'éventuelles modifications et/ou réorientations à opérer compte tenu des contraintes de réalisation et bénéfices attendus. • Gérer l'enveloppe budgétaire, en veillant à la maîtrise des coûts et en opérant des arbitrages concernant l'allocation des ressources financières au regard de l'évolution du projet. • Vérifier la qualité des développements, au regard des spécifications ergonomiques, fonctionnelles et techniques, en organisant les phases de tests permettant d'identifier et de résoudre les dysfonctionnements et points de non-conformité, notamment en matière d'accessibilité pour les publics en situation de handicap. • Superviser la livraison de la solution, en mettant en place le recettage client afin de valider ses fonctionnalités et caractéristiques techniques ainsi que les modifications opérées suite aux différents tests. 		<p>prématurément et corrigés de façon itérative,</p> <ul style="list-style-type: none"> - les exigences fonctionnelles, techniques et ergonomiques de la solution recettée sont conformes aux exigences attendues, - la solution est implémentée dans son environnement client et/ou utilisateur.
<p>3.3- Management d'équipes pluridisciplinaires en mode agile</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'organisation, la conduite et l'animation de réunions • L'encadrement de l'équipe interne • La supervision du travail • Le recrutement et l'intégration de collaborateurs 	<p>En privilégiant une approche de type coopératif et en veillant à préserver l'harmonie et la créativité du collectif, manager l'équipe projet, en organisant les modalités de travail et de collaboration et en coordonnant l'action de ses différents membres.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiser le travail à produire, en définissant les rôle et périmètre d'intervention des membres de l'équipe et en instaurant des usages et un mode de fonctionnement respectueux de l'environnement et s'inscrivant dans une perspective de développement durable. • Veiller à l'application du cadre méthodologique établi, en s'assurant de la compréhension et du respect des règles édictées et du mode de fonctionnement défini, afin de garantir la bonne mise en œuvre du projet et la 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>La gestion de l'équipe projet, sous la forme d'un rapport d'expérience</p> <p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle Travail individuel Production écrite et orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de l'organisation du travail du collectif : <ul style="list-style-type: none"> - les rôles, missions, responsabilités et périmètres d'intervention de chaque collaborateur sont précisément définis, - les objectifs individuels et collectifs sont quantifiés, qualifiés et clairement communiqués, - les modalités de collaboration et le format des réunions de projet sont adaptés au contexte.

mise en place de pratiques respectueuses de l'environnement.

- Instaurer un management de type coopératif adapté à la diversité des profils de ses collaborateurs – notamment de ceux en situation de handicap, en adoptant un positionnement et des modes d'interaction contribuant à favoriser leur implication et leur créativité, tout en préservant l'harmonie au sein du collectif.
- Coordonner l'action des membres de l'équipe, en organisant des réunions régulières permettant le partage de l'information et le contrôle des objectifs en termes de qualité et délai.
- Animer les réunions de travail régulières jalonnant la réalisation du projet, afin d'identifier les difficultés rencontrées et de formuler collectivement les solutions adaptées.
- Superviser le travail de l'équipe, en priorisant les actions à mener et en redéfinissant les missions et objectifs au regard de l'évolution du projet.
- Gérer les situations et problèmes relationnels, en formulant les solutions adaptées permettant de résoudre les différends interpersonnels tout en préservant la dynamique du projet et les intérêts de chacun.
- Recruter de nouveaux collaborateurs au regard des besoins structurels de son entreprise ou des projets à conduire, en s'assurant de l'adéquation de leur profil avec la définition du poste et en veillant à favoriser l'accès à l'emploi aux candidats en situation de handicap.
- Analyser les conditions d'aménagement d'un poste de travail pour un salarié en situation de handicap, en identifiant les solutions à mettre en œuvre, afin de faciliter son intégration et sa contribution au sein du collectif.

- Qualité du mode de management mis en œuvre :
 - le mode de management favorise l'initiative et la créativité individuelles et l'intelligence collective,
 - les situations conflictuelles sont traitées et résolues dans le respect des intérêts du collectif et de la continuité du projet,
 - l'organisation établie et le cadre méthodologique prédéfini sont respectés.

BLOC DE COMPETENCES N° 4 : Management de la stratégie digitale d'une entité cliente

4- Management de la stratégie digitale de son entité cliente

- Le choix, le déploiement et la supervision de la gestion de ses supports en ligne
- La définition d'une politique de production de contenus
- La définition et la supervision du management de communauté et de l'expérience client/utilisateur
- L'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de référencement

En l'intégrant de façon cohérente, coordonnée et complémentaire avec le plan de développement global de son entité, manager sa stratégie digitale, en définissant ses modalités de présence, de visibilité et d'interaction en ligne avec sa communauté de clients/utilisateurs et en supervisant l'efficacité des actions mises en œuvre.

- Elaborer une stratégie digitale intégrée au plan de développement global de son entité cliente, en veillant à sa complémentarité et sa cohérence avec ses canaux de communication et de distribution physiques, et en prenant en compte les avantages, opportunités et particularités de l'environnement numérique.
- Déterminer le positionnement et les modalités de présence en ligne de son entité cliente, en sélectionnant les outils et supports de communication, d'interaction et de service à développer, et en les positionnant dans une logique cross voire omnicanal.
- Définir les conditions et moyens d'optimisation de sa visibilité en ligne, en déterminant les actions permettant l'acquisition et le développement de l'audience de ses supports digitaux en direction de ses cibles clients/utilisateurs.
- Concevoir une politique de production de contenus numériques contribuant à l'attractivité et la notoriété digitale de son entité en cliente, en déterminant le type, le format et la tonalité des publications, et en définissant la nature, le volume et la fréquence d'actualisation des informations diffusées.
- Définir les principes d'animation de la relation avec le client/utilisateur sur ses différents points de contact en ligne, en veillant au développement d'interfaces centrées sur le parcours et l'expérience

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

La définition d'une stratégie digitale

comprenant :

- le positionnement des canaux et outils de communication,
- la politique de production de contenus,
- la stratégie de référencement,
- les modalités d'interaction et d'interrelation avec la communauté de clients/utilisateurs

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :

Etude de cas
Travail collectif
Production écrite et orale

- Adéquation de la stratégie digitale aux objectifs et enjeux économiques de l'entité cliente :
 - la stratégie globale de l'entreprise et son plan de développement sont pris en considération,
 - la stratégie digitale s'intègre de façon cohérente dans le plan de développement de l'entreprise.
 - la stratégie digitale s'inscrit en cohérence et en complémentarité avec les canaux de communication et/ou de commercialisation physiques de l'entreprise,
 - les objectifs qualitatifs et quantitatifs visés sont précisément définis,
 - les outils et critères d'évaluation de la stratégie sont appropriés.
- Pertinence du positionnement des outils et supports de communication/commercialisation :
 - les outils et supports de communication/commercialisation digitaux sont complémentaires et positionnés de façon cohérente,
 - le choix des outils et supports de communication/commercialisation

#SUPDEWEB

	<p>client/utilisateur, et en établissant les modes d'interaction avec la communauté constituée de l'entité cliente.</p> <ul style="list-style-type: none">• Superviser le déploiement de ses outils et supports de communication en ligne, en s'assurant de leur adéquation avec les cibles visées et en veillant à l'adaptation de leur ligne éditoriale et visuelle à l'univers du numérique, tout en conservant leur conformité au regard du positionnement et de l'identité de son entité cliente.• Evaluer en temps réel l'efficacité des actions mises en œuvre, en mettant en place les outils et solutions numériques permettant un suivi qualitatif et quantitatif du rendement de ses supports digitaux et des campagnes promotionnelles lancées en ligne.• Diriger l'évolution et l'actualisation de ses outils de commercialisation et de communication numériques, en tenant compte des résultats obtenus en matière de trafic et de notoriété, et en les adaptant de façon permanente aux tendances et innovations du secteur.		<p>est adapté à la cible clients/utilisateurs,</p> <ul style="list-style-type: none">- la visibilité des outils et supports de communication/commercialisation est optimisée au moyen d'une stratégie de référencement cohérente. <ul style="list-style-type: none">• Pertinence de la stratégie d'animation et de production de contenus :- les parcours clients/utilisateurs et les modes d'interaction avec la communauté sont en adéquation avec le positionnement et l'image de l'entreprise,- la ligne éditoriale, visuelle et graphique est adaptée à l'environnement digital et respecte le positionnement et l'identité de l'entreprise.
--	--	--	---