

Chef de projet digital – niveau 6

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771](#) du 5 septembre 2018 - art. 31 (V)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

Candidat en situation de handicap :

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés.

Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

Sur avis motivé du référent handicap le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation. :

- dans la mesure où cela ne remet pas en question la capacité professionnelle globale du candidat
- si le critère au regard de la nature du handicap n'a pas vocation à s'appliquer dans la pratique professionnelle future du candidat

Ces deux critères étant cumulatifs.

L'ingénieur de certification s'engage dans la mesure du possible à élaborer des modalités d'évaluation inclusives permettant une adaptation du format. Dans le cas d'une modalité spécifique à une situation de travail, il s'engage à préciser le cadre des aménagements possibles.

Chef de projet digital – niveau 6

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
<p>Activité 1 : Définition du projet digital</p> <p>A1.1 Réalisation d'une veille stratégique sur le secteur digital</p>	<p>C1.1 Mener une veille constante sur les évolutions, les tendances du marché et les bonnes pratiques du secteur digital en utilisant des outils de collecte et d'organisation de l'information de manière à se tenir informé des actualités et nouveaux usages autour du digital</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la définition d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 1 : Le candidat présente le dispositif de veille réalisé et nécessaire à la définition du projet digital.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de recommandation opérationnel écrit</p>	<p>Le dispositif de veille défini (méthodologie, outils de collecte) permet de couvrir les champs suivants : concurrence, actualité réglementaire, technologies, social et créatif.</p> <p>Les informations collectées sont à jour, elles sont issues de l'actualité du secteur.</p> <p>La veille menée couvre un large éventail représentatif de sources référencées et vérifiables et permet d'en tirer des conclusions pertinentes au regard de la problématique exposée et du projet digital.</p>
<p>A1.2 Analyse du besoin client</p>	<p>C1.2 Analyser les besoins du client à partir des échanges et d'une documentation (brief, appel d'offre, cahier des charges ou expression de besoin, etc.) en identifiant précisément les besoins réels et exigences spécifiques du projet digital, dans le but de planifier l'exécution du projet</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la définition d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 2 : Le candidat présente une analyse de besoin nécessaire à la définition du projet digital.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de recommandation opérationnel écrit</p>	<p>L'analyse du besoin client est précise et complète. Elle permet d'identifier les principaux livrables attendus dans le cadre du projet.</p> <p>L'analyse du besoin comporte une hiérarchisation des demandes au regard de leur importance.</p> <p>L'analyse du besoin permet de vérifier si la demande est conforme à la réglementation et aux normes au regard de la nature du projet.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

<p>A1.3 Organisation de session d'idéation</p>	<p>C1.3 Organiser des sessions d'idéation incluant le commanditaire et les utilisateurs en s'appuyant sur des outils et méthodes d'idéation centrées utilisateur dans le but de faire émerger les besoins éditoriaux, ergonomiques et fonctionnels</p>	<p>Mise en situation professionnelle : A partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la définition d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 3 : Le candidat présente une méthode d'idéation nécessaire à la définition du projet digital.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de recommandation opérationnel écrit</p>	<p>La présentation de la méthode d'idéation est claire et argumentée.</p> <p>Les outils de conception centrés utilisateur sont utilisés pour la session d'idéation.</p> <p>Les conditions d'organisation des sessions (règles d'usage, de fonctionnement, choix des participants, création d'une ambiance propice, etc.) mises en place permettent de favoriser la créativité</p>
<p>A1.4 Définition de la phase de cadrage du projet</p>	<p>C1.4 Cadrer le périmètre du projet en collaboration avec l'équipe projet et le client, en formalisant la portée du projet et sa dimension technique afin de délivrer, auprès des sponsors et financeurs, une estimation des charges et des délais nécessaires à la réalisation du projet.</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la définition d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 4 : Le candidat présente une note de cadrage nécessaire à la définition du projet digital.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de recommandation opérationnel écrit</p>	<p>Le périmètre du projet est décrit de manière claire et compréhensible pour toutes les parties prenantes.</p> <p>Le périmètre du projet définit avec précision ce qui est inclus dans le projet (les livrables, les fonctionnalités, etc.).</p> <p>La note de cadrage présente une estimation des charges envisagée cohérente au regard du périmètre fonctionnel et précise la répartition des ressources humaines nécessaire.</p> <p>La note de cadrage inclut un macro-planning du projet, y compris les dates de début et de fin, ainsi que les principaux jalons intermédiaires.</p> <p>Les objectifs opérationnels (coût, qualité, délais) du projet sont formulés de manière à être mesurables (SMART).</p>

Chef de projet digital – niveau 6

<p>Activité 2 : Conception et production du projet digital</p> <p>A2.1 Formalisation du cahier des charges de la production de la solution</p>	<p>C2.1 Définir le cahier des charges du projet digital en définissant clairement les objectifs, les échéances et les étapes intermédiaires afin de lancer la production du projet.</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur la conception et la production d'une solution digitale, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 1: Le candidat formalise un cahier des charges.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final écrit</p>	<p>Le cahier des charges est complet et couvre tous les aspects du projet y compris les objectifs, les fonctionnalités, les contraintes techniques et les besoins des parties prenantes. Les rôles et les responsabilités de chaque partie impliquée sont clairement définis.</p> <p>Les informations sont présentées de manière claire et cohérente en termes de jargon professionnel. Les termes métiers et les acronymes sont définis (glossaire, notes de bas de pages, etc.).</p> <p>Le cahier des charges est enrichi par l'utilisation de schémas, de diagrammes, de flux de processus ou d'autres éléments visuels permettant une compréhension rapide.</p> <p>Le cahier des charges contient un diagramme de Gantt incluant les jalons clés et les grandes phases du projet permettant de respecter les délais.</p> <p>Le cahier des charges spécifie comment la communication se déroule entre les parties prenantes et comment la documentation est gérée.</p>
<p>A2.2 Élaboration des persona et des parcours utilisateurs</p>	<p>C2.2 Définir les persona et les parcours utilisateurs en mettant en pratique les méthodologies propres à la recherche utilisateur afin de détecter les attentes,</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur la conception et la production d'une solution</p>	<p>Les attentes, les usages et les besoins des futurs utilisateurs du projet sont identifiés</p>

Chef de projet digital – niveau 6

	<p>usages et besoins des futurs utilisateurs du projet</p>	<p>digitale, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 2 : Le candidat présente une méthodologie de recherche utilisateur, ses conclusions et les parcours utilisateurs clés.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final écrit.</p>	<p>Les méthodes utilisées pour recueillir les informations sur les utilisateurs cibles sont adaptées.</p> <p>Les parcours utilisateurs sélectionnés sont cohérents avec les objectifs du projet et conforme à l'état de l'art. Ils sont en cohérence avec les informations analysées</p>
<p>A2.3 Conception d'un parcours transactionnel</p>	<p>C2.3 Créer un parcours transactionnel en s'appuyant sur des outils et méthodes d'optimisation d'expérience utilisateur afin de répondre aux objectifs d'acquisition ou de fidélisation du commanditaire</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur la conception et la production d'une solution digitale, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 3 : Le candidat élabore un tunnel de conversion.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final écrit</p>	<p>Le tunnel de conversion est optimisé pour une expérience utilisateur fluide sur tout type d'appareil.</p> <p>Les boutons et liens incitants à l'action sont visibles (clarté des appels à l'action).</p> <p>Le tunnel de conversion est présenté sous la forme d'un schéma clair et explicite.</p> <p>La sécurité des données des utilisateurs est assurée, et la communication au sujet de la politique de confidentialité est transparente.</p> <p>Les points de sorties ou les utilisateurs quittent le tunnel ont été identifiés.</p> <p>Le taux de conversion a été défini, il permet de fixer un pourcentage de visiteurs qui effectuent l'action souhaité (achat, inscription, etc.).</p>
<p>A2.4 Réalisation des maquettes fonctionnelles</p>	<p>C2.4 Concevoir l'aspect fonctionnel et éditorial d'un site via la réalisation d'une arborescence et de prototypes visuels à l'aide d'outils spécifiques de manière à garantir les normes d'usabilité, répétabilité et</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur la conception et la production d'une solution</p>	<p>L'arborescence est claire et logique pour le site, elle permet une organisation efficace du contenu.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

	d'accessibilité digitale à tous types de publics (handicap...)	digitale, le candidat élabore plusieurs rendus. Partie 4 : Le candidat réalise l'arborescence, les wireframes, les maquettes graphiques des principaux écrans, et l'intégration des préconisations graphiques au sein d'un prototype. Le rendu est intégré dans un dossier final écrit	Les prototypes visuels représentent de manière précise l'aspect du site, les éléments éditoriaux et fonctionnels sont inclus. La conception du site respecte les normes d'usabilité, en facilitant la navigation. La conception est reproductible pour différentes pages ou sections du site, en maintenant une cohérence visuelle et fonctionnelle. Le site est conforme aux normes d'accessibilité digitale, il garantit l'accès égal à tous les utilisateurs de tous niveaux d'aptitude.
Bloc 3 : Déploiement d'une stratégie marketing digital A3.1 Définition de la stratégie de marketing digital	C3.1 Réaliser un diagnostic de la présence digitale de l'entreprise en évaluant son positionnement dans l'écosystème digitale et en procédant à une étude de marché (concurrence, public cible) afin d'augmenter sa visibilité et de développer sa proposition de valeur	Mise en situation professionnelle : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur la mise en œuvre de la stratégie marketing digital auprès des cibles, le candidat présente le diagnostic réalisé.	L'étude réalisée intègre l'ensemble des paramètres nécessaires à étudier pour déterminer clairement le positionnement de l'entreprise au regard des concurrents directs et indirects, et de leurs stratégies Les données qualitatives et quantitatives sont étudiées (trafic, indicateur de performance, etc.). Le diagnostic de la présence digitale de l'organisation permet d'identifier les points faibles, les points forts, les opportunités et les menaces.
	C3.2 Elaborer une stratégie marketing digitale globale en activant les leviers adaptés (SEO, SEA, mailing, etc.) et en planifiant les actions, au besoin en collaboration avec les équipes	Mise en situation professionnelle : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur la mise en œuvre de la stratégie marketing et la communication auprès des cibles, le	Les leviers activés sont justifiés au regard des objectifs du projet et les actions planifiées sont correctement rattachées aux canaux marketing appropriés.

Chef de projet digital – niveau 6

	de marketing, de manière à maximiser le retour sur investissement du projet	candidat présente une planification de la stratégie de marketing digital.	<p>Les outils marketing web sélectionnés permettent de déployer, suivre et optimiser correctement la stratégie marketing (SEO, SEA....)</p> <p>Le déploiement de la stratégie de marketing digital est chiffré, et tient compte des profils mobilisés et des contenus à produire.</p>
A3.2 Pilotage des campagnes publicitaires digitales	C3.3 Piloter l'ensemble des campagnes publicitaires online en cohérence avec les audiences cibles de manière à augmenter la visibilité, le trafic et les conversions des internautes	<p>Mise en situation professionnelle : A partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur le lancement de campagnes publicitaires, le candidat propose l'élaboration d'une campagne pour un nouveau produit ou service.</p>	<p>Les persona et segments d'audience cibles sont définis clairement et enrichis par des données démographiques, comportementales, etc.</p> <p>Les objectifs de la campagne sont définis et ils sont spécifiques, mesurables, atteignables et temporellement définis.</p> <p>La proposition intègre une sélection des canaux de diffusion et des formats publicitaires les plus pertinents au regard des objectifs de la campagne.</p>
A3.3 Mesure de la performance du marketing digital	C3.4 Analyser les données de performance marketing digital en utilisant des outils d'analyse web, en générant des rapports détaillés, afin de faciliter la prise de décision pour l'amélioration de l'efficacité de la stratégie marketing.	<p>Mise en situation professionnelle : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur la mise en œuvre de la stratégie marketing et la communication auprès des cibles, le candidat présente une trame de rapport de performance marketing.</p>	<p>Les outils d'analyse web sont utilisés dans la collecte et l'analyse de données.</p> <p>Les rapports (tableau de bord) sont détaillés et permettent de fournir des informations claires et pertinentes au regard de la performance du marketing digital.</p> <p>La trame du rapport intègre des préconisations permettant d'ajuster la stratégie et d'optimiser les actions pour les futures campagnes marketing.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

<p>Activité 4 : Pilotage du projet digital</p> <p>A4.1. Définition du processus de pilotage du projet</p>	<p>C4.1 Elaborer le plan de pilotage du projet digital en s'appuyant sur une méthode de gestion de projet agile et en tenant compte des besoins, objectifs et caractéristiques du client de manière à garantir une gestion de projet efficace</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur le pilotage agile d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 1 : Le candidat présente et argumente son choix de méthode de projet.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final écrit et présenté devant un jury professionnel le cas échéant.</p>	<p>L'organisation, les objectifs et les contraintes du commanditaire ont été correctement analysés afin de nourrir le choix de la méthode projet.</p> <p>Le choix de la méthode projet est clair et logique. Il est argumenté au regard des caractéristiques du projet.</p> <p>Les contraintes et risques du projet ont été pris en compte, la proposition intègre des stratégies d'atténuation.</p> <p>Le plan de pilotage intègre l'effort nécessaire à la réalisation du projet en termes de budget, de ressources humaines et matérielles.</p>
	<p>C4.2 Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital en identifiant les composantes clés du projet en hiérarchisant les tâches et en définissant les jalons sur la base des principes d'itération, afin de répondre aux besoins changeants des utilisateurs</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur le pilotage agile d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 2 : Le candidat décrit et argumente la structuration du déroulement du projet digital.</p> <p>Le candidat propose une découpe du projet par l'intermédiaire d'un backlog projet (listes des fonctionnalités), un backlog de sprint et un plan de release (macroplanning).</p>	<p>La démarche projet proposée est itérative et incrémentale.</p> <p>Le backlog proposé reflète les fonctionnalités clés et pertinentes au regard du projet.</p> <p>Le backlog de sprint permet une transformation cohérente des user stories en tâches réalisables par l'équipe.</p> <p>Les estimations en termes de ressources sont cohérentes et réalistes.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

<p>A4.2 Supervision et coordination d'une équipe pluridisciplinaire</p>	<p>C4.3 Coordonner la mise œuvre du projet en définissant les rôles des parties prenantes ainsi que les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés afin d'optimiser la performance des équipes.</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur le pilotage agile d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 3 : Le candidat présente et argumente l'organisation projet (équipe, rôle et principes de gouvernance).</p>	<p>L'approche agile proposée est adapté à l'envergure, la spécificité du projet et des différents types de profils qui composent l'équipe projet.</p> <p>Les modalités de communication et de collaboration sont intégrées dans la définition des rôles.</p> <p>La définition de chacun des rôles est précise et détaillée, elle répond aux objectifs du projet.</p> <p>La méthode présentée permet la planification et le suivi des itérations.</p>
<p>A4.3 Amélioration continue et clôture d'un projet digital</p>	<p>C4.4 Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet, sur la base d'une revue, en maximisant l'implication du client afin de gérer efficacement la phase de clôture du projet digital.</p>	<p>Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur le pilotage agile d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.</p> <p>Partie 4 : Le candidat présente le processus d'évaluation et de clôture du projet.</p>	<p>Les indicateurs d'avancement du projet sont clairement définis.</p> <p>Le processus projet intègre une collecte structurée des retours du client et des utilisateurs.</p> <p>Les revues de sprint sont organisées de façon régulière et visent à améliorer la performance du résultat du projet (produit final).</p> <p>La clôture du projet est planifiée et donne lieu à un retour d'expérience.</p>
	<p>C4.5 Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital sur la base d'un tableau de bord, et en mettant en place un système de communication régulier et adapté à l'aide d'outils de pilotage et de collaboration</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la gestion de la performance de l'équipe et de la réalisation du projet, le candidat démontre sa capacité à gérer la</p>	<p>Les outils de pilotage permettent de suivre l'avancement des tâches, des jalons et des objectifs du projet.</p> <p>Le système de communication mis en place au sein de l'équipe permet de recueillir les feedbacks tout au long du projet ; de</p>

Chef de projet digital – niveau 6

	<p>afin de maintenir un degré de compétences à la hauteur des besoins du projet</p>	<p>performance d'une équipe et la conformité d'une solution digitale.</p> <p>Partie 5 : Le candidat présente le fonctionnement de l'équipe et réalise un tableau de bord de pilotage d'équipe.</p>	<p>transmettre l'ensemble des informations liées au projet au moment le plus opportun et d'améliorer la collaboration.</p> <p>Le tableau de bord permet de rendre compte de la performance de l'équipe. Il est composé d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs en cohérence avec la méthode projet établie.</p> <p>L'évaluation de la performance permet d'apporter des actions visant à améliorer l'efficacité de l'équipe.</p>
<p>Activité 5 : Gestion de la performance et de la conformité de la solution digitale</p> <p>A5.1 Conformité de la réalisation de la solution digitale</p>	<p>C5.1 Évaluer la conformité de la solution digitale, selon la méthode de projet choisie (cascade et/ou agile), en formalisant le recettage de manière à détecter des éventuelles dysfonctionnements ou faiblesses de la solution digitale</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la gestion de la performance de l'équipe et de la conformité de la solution digitale, le candidat réalise une trame de cahier de recette ou de DOD (définitions du fini).</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de préconisations et d'optimisations au niveau du code et des contenus écrit.</p>	<p>Les cahiers de recette ou les DOD sont formalisés dans le respect de l'état de l'art.</p> <p>La recette fonctionnelle permet de vérifier le bon fonctionnement de l'application du point de vue de l'utilisateur final ainsi que la conformité de la réalisation avec les maquettes graphiques.</p> <p>La recette fonctionnelle est exhaustive au regard des fonctionnalités clés de l'application réalisée.</p> <p>La recette fonctionnelle est planifiée de façon cohérente au regard de la méthode projet employée ; La démarche d'inspection ne perturbe pas la production</p> <p>La conformité du code est évaluée en utilisant des outils d'audit automatisés tels que les validateurs HTML, des vérificateurs de</p>

Chef de projet digital – niveau 6

			<p>conformité aux normes ou des outils de mesure de la performance Web.</p> <p>Les bonnes pratiques d'éco-conception digitale sont respectées, notamment en ce qui concerne la consommation d'énergie, la gestion des ressources et la réduction de l'empreinte environnementale.</p>
<p>A5.2 Recueil et analyse de données d'efficacité clés</p>	<p>C5.2 Collecter et analyser les données pertinentes pour évaluer l'efficacité des campagnes et des initiatives digitales en utilisant des outils d'analyse et des techniques d'IA de manière à fournir des insights précieux en vue de l'optimisation des campagnes de projets</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>A partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la gestion de la performance de l'équipe et de la conformité de la solution digitale, le candidat élabore une stratégie de collecte et d'analyse de données.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de préconisations et d'optimisations au niveau du code et des contenus écrit</p>	<p>Les objectifs de collecte ont été clairement décrit.</p> <p>Les sources de données utilisées sont cohérentes au regard des campagnes digitales. Elles peuvent être variables et provenir de sites web, de médias sociaux, etc.</p> <p>Les outils de suivi et de balises appropriés ont été mis en place.</p> <p>Les outils d'analyse web, d'analyse de données, et d'IA, etc., sont adaptés aux besoins spécifiques de la collecte et de l'analyse des données.</p> <p>La fréquence de collecte a été définie et répond aux objectifs de la campagne digitale.</p> <p>Les données collectées sont analysées et permettent d'identifier les tendances, les forces et faiblesses des campagnes et des initiatives.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

			<p>Le rapport est détaillé et communique les résultats de l'analyse, les insights, et les recommandations.</p>
<p>A5.3 Maintien d'une solution digitale pérenne et évolutive</p>	<p>C5.3 Maintenir le bon fonctionnement de la solution digitale (site internet, application ou logiciel) en mettant en place un outil d'administration et de maintenance (préventive, corrective ou évolutive) à destination du client de manière à garantir l'évolutivité et la pérennité de la solution digitale.</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la gestion de la performance de l'équipe et de la conformité de la solution digitale, le candidat présente une proposition de prestation de maintenance de la solution.</p> <p>Le rendu est intégré dans un dossier final de préconisations et d'optimisations au niveau du code et des contenus écrit</p>	<p>La solution technologique proposée pour la réalisation digitale permet l'évolution du socle technique.</p> <p>Le périmètre de la maintenance proposée est clairement identifié et tient compte des évolutions réglementaires et technologiques prévisibles ainsi que des évolutions possibles des usages.</p> <p>L'outil d'administration proposé pour le suivi de la maintenance comprend les fonctionnalités nécessaires (outil de ticketing) pour effectuer des tâches de maintenance préventive, corrective et évolutive (gestion de mise à jour, surveillance de performance, etc.).</p> <p>La formation client à l'utilisation de l'outil de suivi de la maintenance est programmée pour puisse suivre les tâches de maintenance de manière autonome.</p> <p>L'outil permet au client de réagir rapidement aux problèmes et aux pannes, en facilitant la bonne visibilité par le client de la correction des erreurs et des dysfonctionnements.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
<p>Activité 6A (spécialisation) : Marketing d'influence - Développement d'une stratégie de communication digitale</p> <p>A6A.1 Conception d'un calendrier éditorial</p>	<p>C6A.1 Élaborer un calendrier éditorial permettant d'organiser la publication de contenu de manière régulière et cohérente, en tenant compte des événements clés, des campagnes et les périodes stratégiques dans le but de planifier efficacement le contenu déployé.</p>	<p>Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur le développement d'une stratégie de marketing d'influence, le candidat procède à l'élaboration d'un calendrier éditorial pour la planification des campagnes de contenus.</p>	<p>Les thématiques de contenus proposées sont variées et sont cohérentes au regard de l'audience et des objectifs de la campagne.</p> <p>La répartition des contenus sur le calendrier sont intégrés de manière logique par rapport aux événements clés, périodes stratégiques, etc.</p> <p>Les choix stratégiques sont justifiés et ils sont cohérents au regard des objectifs, de l'audience, des tendances du marché et des bonnes pratiques en matière de communication digitale.</p>
<p>A6A.2 Mise en place de partenariats avec des influenceurs</p>	<p>C6A.2 Identifier et sélectionner des influenceurs alignés avec les valeurs et l'audience de la marque en effectuant une veille sur les réseaux sociaux afin de d'amplifier l'engagement des campagnes marketing</p>	<p>Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur le développement d'une stratégie de marketing d'influence et le développement de partenariats, le candidat élabore sa stratégie d'investigation et formalise des recommandations de partenariats.</p>	<p>Les critères de sélection sont alignés avec les objectifs de la campagne marketing et sont détaillés.</p> <p>L'investigation effectuée s'appuie sur une analyse des réseaux sociaux adaptés au regard des valeurs de la marque, les messages que l'entreprise souhaite véhiculer, les produits et solutions qu'elle souhaite mettre en avant.</p> <p>Les propositions de collaborations à destination des influenceurs sont formalisées, claires et attractives.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

<p>A6A.3 Coordination ou production de contenu digital</p>	<p>C6A.3 Coordonner la production ou produire du contenu digital attractif et de qualité tels que des articles, des vidéos, des infographies ou autre en s'appuyant sur des informations fiables et des techniques de storytelling dans le but de renforcer la présence en ligne</p>	<p>Cas pratique : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la mise en œuvre de la stratégie marketing et la communication auprès des cibles, le candidat élabore un dossier de création de contenus incluant des exemples concrets dont au moins un issu des IA génératives.</p>	<p>Le contenu créé répond aux exigences métier et à l'état de l'art, qu'il s'agisse d'articles, de vidéos, d'infographies ou d'autres formats, en fournissant une information pertinente et attrayante pour le public cible.</p> <p>Le storytelling est utilisé de manière efficace pour engager les utilisateurs.</p> <p>Le contenu est en cohérence avec les objectifs du projet et les attentes des parties prenantes, notamment les équipes marketing, pour garantir l'alignement sur la stratégie globale.</p> <p>Le prompt permettant la génération de contenu et son résultat brut sont présentés.</p> <p>Après un retour critique, le contenu amélioré est justifié.</p>
<p>A6.4 Gestion d'une communauté sur les réseaux sociaux</p>	<p>C6A.4 Animer une communauté des utilisateurs sur les réseaux sociaux en répondant aux commentaires, en animant des discussions afin de favoriser l'engagement et la fidélisation de la communauté envers les produits et solutions proposés.</p>	<p>Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur le développement d'une stratégie de marketing d'influence, le candidat expose sa stratégie d'animation de communauté</p>	<p>Les actions menées suscitent des interactions mesurables au sein de la communauté (likes, commentaires, partages, etc.).</p> <p>Les interactions négatives sont gérées de manière constructive, professionnelle et en cohérence avec l'image de marque.</p> <p>Les indicateurs de la fidélisation des membres de la communauté sont définis (taux de participation récurrent, engagement sur le long terme).</p>

Chef de projet digital – niveau 6

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
Activité 6. B (spécialisation) : design de produit Développement d'interface de produit (UX/UI) A6B.1 Définition des spécifications de développement produit en collaboration avec les équipes support	C6B.1 Développer l'ergonomie et l'identité visuelle d'une solution digitale (site internet, application, logiciel) en modélisant les nouvelles fonctionnalités et la composition des éléments graphiques (design d'interface) afin de faciliter son usage et son évolutivité.	Cas pratique : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur une problématique de développement de l'expérience utilisateurs, le candidat doit proposer des mesures évolutives de l'ergonomie et visuelle d'une solution digitale existante Partie 1 : Le candidat procède à une analyse des données du cas et présente un scénario d'usage pour rendre la solution tangible sur le plan esthétique et fonctionnel.	Le plan de release répond à la priorisation des attentes par le commanditaire et vise à proposer au plus près les fonctionnalités à forte valeur ajoutée. Tous les éléments constitutifs de la solution sont articulés (utilisateurs, contextes, supports d'interaction, informations) Les paramètres de test et d'affinages sont bien définis dans le scénario d'usage à l'aide d'outils itératifs et adaptés aux spécificités de la problématique rencontrée par les utilisateurs. La solution retenue répond à la problématique et aux critères définis et reflète les valeurs et la culture de production graphique
	C6B.2 Optimiser le processus de développement de la solution avec les équipes techniques, développeurs et business développement en traduisant les besoins fonctionnels des utilisateurs en représentations visuelles et en caractérisant	Cas pratique : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur une problématique de développement de l'expérience utilisateurs, le candidat doit	Les user stories sont rédigées de manière à mettre en évidence les exigences utilisateurs tant en termes de fonctionnalité et de design graphique.

Chef de projet digital – niveau 6

	<p>le parcours utilisateurs au moyen d'un prototype afin de l'adapter de manière continue aux nouveaux besoins clients</p>	<p>proposer des mesures évolutives de l'ergonomie d'une solution digitale existante</p> <p>Partie 2 : Le candidat traduit le scénario d'usage sous forme de prototype/ maquette</p>	<p>Le contenu du backlog est complet et ses items sont priorisés en cohérence avec la roadmap.</p> <p>Les différentes releases sont cohérentes avec la roadmap produit.</p> <p>Au moins un plan de sprint est présenté (backlog de sprint), et les tâches ont une charge estimée et sont associées aux membres de l'équipe projet, tenant compte des rôles de chacun.</p> <p>La stratégie d'optimisation adoptée permet de fluidifier l'avancement et les interactions entre les différents acteurs impliqués dans le projet.</p>
<p>A6B.2. Développement de l'expérience utilisateur</p>	<p>C6B.3 Assurer le suivi de l'évolution de la solution en mettant en place un système de remontée des demandes utilisateurs et/ou de détection de problématiques afin de procéder aux mesures correctives et adaptatives de la solution et assurer une expérience utilisateurs optimale</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>À partir d'un cas réel ou fictif portant sur une problématique de développement de l'expérience utilisateurs, le candidat doit proposer des mesures évolutives de l'ergonomie d'une solution digitale existante</p> <p>Partie 3 : Le candidat élabore un outil de captation des données permettant de recueillir les retours des utilisateurs et/ou problématiques techniques.</p>	<p>Les outils de captation de données élaborés permettent de recenser des informations précises sur les cas d'usage, attentes ou problématiques des utilisateurs.</p> <p>Les fréquences de revues de projets et/ou d'itération avec les différentes équipes sont programmées au moment les plus opportun</p> <p>Les modalités d'administration des retours utilisateurs permet de définir précisément les axes de développement de la solution future allant de l'architecture de l'information à leur ergonomie.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

<p>Activité 6.C (spécialisation) : E-commerce Définition et mise en œuvre d'une stratégie e-commerce</p> <p>A6C.1 Définition de la stratégie de vente e-commerce</p>	<p>C6C.1 Elaborer une stratégie de vente en ligne en accord avec les objectifs stratégique de l'entreprise en mettant en place un plan d'actions marketing spécifiques au e-commerce de manière à optimiser la visibilité et les ventes sur les plateformes e-commerce.</p>	<p>Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif sur la stratégie de vente e-commerce d'un produit ou d'un service, le candidat élabore un plan d'actions marketing spécifiques au e-commerce.</p>	<p>Le plan d'actions est aligné avec les objectifs globaux de l'entreprise en matière de e-commerce (augmentation du CA, acquisition de nouveaux clients, fidélisation, etc.). Les canaux marketing utilisés permettent la génération de trafic qualifié et la conversion des visiteurs en clients.</p> <p>Les tactiques spécifiques au e-Commerce (remarketing, codes de réduction, promotions spéciales...) sont utilisées et permettent de stimuler les ventes.</p> <p>Les actions sont clairement décrites, elles répondent au marché cible, aux produits ou services offerts et aux besoins de clients.</p> <p>Le plan d'actions inclut la faisabilité en termes de budget alloué, de ressources nécessaires (humaines, techniques, financières) et de délais de mise en œuvre.</p> <p>Le plan d'actions intègre des mécanismes de suivi et d'analyse des performances (rapports réguliers, analyses de données, ajustement, etc.).</p>
<p>A6C.2 Gestion des plateformes e-commerce</p>	<p>C6C.2 Gérer l'activité des plateformes e-commerce en déployant des solutions techniques adaptés (CMS, plateformes de paiement, etc.) tout en garantissant la protection des données de manière à assurer le bon fonctionnement des plateformes e-commerce.</p>	<p>Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif sur la stratégie de vente e-commerce d'un produit ou d'un service, le candidat présente une solution e-Commerce existante basée sur un CMS (système de gestion de contenu) adapté au commerce électronique. Il démontre comment la gestion des opérations e-Commerce peut être gérée via cette solution et, le cas</p>	<p>Le CMS sélectionné est adapté au e-Commerce, notamment par ses fonctionnalités natives.</p> <p>La fiabilité, la sécurité et l'évolutivité de la solution CMS et de ses extensions ont été prises en compte dans le choix de la solution.</p>

Chef de projet digital – niveau 6

		<p>échéant, via des extensions (plug-in) pertinentes.</p>	<p>Les solutions proposées répondent aux besoins spécifiques de la plateforme (plateforme de paiement en ligne, RGPD, etc.). Les critères de choix de la solution CMS sont précisés et justifiés.</p> <p>La proposition intègre des outils de surveillance et d'analyse pour détecter les problèmes de performance (vitesse de chargement, disponibilité et capacité de traitement des transactions, etc.)</p> <p>La proposition intègre des outils d'analyse des données clés de la plateforme (panier moyen, taux de conversion, taux d'abandon, etc.).</p>
<p>A6C.3 Optimisation de la performance des plateformes e-commerce</p>	<p>C6C.3 Optimiser la performance des plateformes e-commerce en implémentant des techniques d'optimisation des ressources et du code de manière à offrir une expérience utilisateur réussie.</p>	<p>Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif sur la stratégie de vente e-commerce d'un produit ou d'un service, le candidat formalise des recommandations pour améliorer la performance des plateformes.</p>	<p>Les recommandations consistent à appliquer les bonnes pratiques en matière de développement web pour optimiser le code et les ressources utilisées.</p> <p>Les recommandations intègrent la réalisation de tests réguliers permettant de contrôler la capacité à gérer un trafic élevé.</p> <p>Les optimisations proposées respectent les normes de sécurité et de conformité en matière de protection des données et de transactions en ligne.</p> <p>La proposition intègre la collecte et l'analyse des retours des utilisateurs concernant l'expérience sur la plateforme.</p>