

La certification *Manager en stratégie et développement de projet digital* est composée de 3 blocs de compétences alignés avec les activités inhérentes à la cible métier, quels que soient les emplois et conditions d'exercice :

- **Bloc de compétences n° 1**, compétences C.1 à C.5 *Analyser l'environnement et les besoins digitaux d'un commanditaire*
  - A1 Veille technologique et concurrentielle
  - A2 Réponse à une demande de projet digital d'un commanditaire
- **Bloc de compétences n° 2**, compétences C.6 à C.13 *Elaborer un projet digital au service d'un commanditaire*
  - A3 Cadrage du projet digital
  - A4 Rédaction des spécifications fonctionnelles et techniques du projet digital
- **Bloc de compétences n° 3**, compétences C.14 à C.21 *Piloter un projet digital au service d'un commanditaire*
  - A5 Mise en œuvre du projet digital
  - A6 Coordination de l'équipe interne

Elle est également constituée de 2 blocs de compétences optionnels, chacun étant aligné avec une activité spécifique à une famille d'emplois et des conditions d'exercice particuliers :

- **Bloc de compétences n°4-I**, compétences C.22-I à C.25-I *Développer une stratégie de marketing digital et e-commerce au service d'un commanditaire*
  - A7-I Développement d'une stratégie de marketing digital et e-commerce en adéquation avec les objectifs d'un commanditaire
- **Bloc de compétences n°4-II**, compétences C.22-II à C.27-II *Concevoir et optimiser le design et l'expérience utilisateur des interfaces digitales au service d'un commanditaire*
  - A7-II Conception d'interfaces digitales centrées sur l'expérience utilisateur

L'obtention de la certification nécessite la validation cumulative :

- des blocs de compétences n° 1, 2 et 3,
- d'un des deux blocs optionnels n°4-I ou 4-II.

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
<b>A.1 Veille technologique et concurrentielle</b>  - L'organisation d'un système de veille - L'identification des sources et acteurs de référence	C.1 Mettre en place un système de veille sectorielle et concurrentielle, en définissant un périmètre de recherche d'information pertinent et en identifiant les sources et les acteurs de référence, incluant notamment le sujet de l'accessibilité pour les publics en situation de handicap, afin de procéder à une analyse exhaustive du marché.	<b>E1. Analyse d'une demande de projet digital</b>  Mise en situation professionnelle  <i>Évalue les compétences C.1 à C.5</i>  Production écrite individuelle	<b>C.1 Pertinence de la démarche d'investigation :</b> - La problématique et l'objectif de la veille sont identifiés et définis - Le périmètre de recherche est précisément circonscrit et les axes de recherches correspondent à la problématique - Les enjeux d'accessibilité sont pris en compte dans le périmètre de recherche,

<ul style="list-style-type: none"> <li>- La sélection des informations pertinentes</li> <li>- L'identification des dernières tendances</li> <li>- La détection de nouvelles opportunités et l'évaluation de leur impact</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>A partir de la demande d'un commanditaire concernant un projet digital, le candidat réalise un dossier dans lequel il présente :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les résultats et la méthode de sa veille sectorielle et concurrentielle</li> <li>- son analyse des technologies et de l'économie numérique</li> <li>- son organisation du recueil d'informations pertinentes</li> <li>- son analyse du brief et l'identification des besoins digitaux du commanditaire</li> <li>- sa méthode de collecte et d'analyse de données complémentaires</li> <li>- sa proposition d'accompagnement et ses recommandations</li> </ul>	<p>avec une attention particulière aux bonnes pratiques et aux réglementations en faveur des publics en situation de handicap en référence au référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sources d'information sélectionnées sont complémentaires, fiables et cohérentes au regard du sujet traité</li> <li>- La méthodologie de veille est présentée et intègre une démarche RSE</li> </ul>
	<p>C.2 Exploiter les données issues de la veille, en sélectionnant les informations adéquates et en analysant les nouveaux produits et services digitaux proposés sur le marché, afin d'identifier les dernières tendances et les opportunités.</p>		<p><b>C.2 Qualité de l'analyse des données :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les informations collectées sont organisées, triées et hiérarchisées</li> <li>- Les tendances, usages et besoins émergents des consommateurs dans le secteur du digital sont identifiés et analysés</li> <li>- Les innovations technologiques et stratégiques ainsi que les tendances du marché sont repérées et évaluées</li> <li>- La documentation est structurée, accessible, claire et organisée</li> <li>- L'analyse est argumentée et factuelle</li> </ul>
	<p>C.3 Evaluer l'impact des opportunités détectées, en déterminant leurs modalités d'adaptation aux pratiques des clients, et en tenant compte de leur incidence sur la politique RSE, afin de développer une offre de services à la pointe des innovations technologiques et durables.</p>		<p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation</i></p> <p style="text-align: center;">Production écrite dans un cadre collectif et présentation orale individuelle</p>
<p><b>A.2 Réponse à une demande de projet digital d'un commanditaire</b></p>	<p>C.4 Analyser la demande de projet digital d'un commanditaire, en reformulant son besoin, et en collectant des données quantitatives et qualitatives supplémentaires à la veille continue, afin de préparer la réponse au brief du commanditaire.</p>		<p><b>C.4 Qualité de l'analyse du besoin :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La demande est reformulée et les besoins sont identifiés</li> <li>- L'environnement du commanditaire et son positionnement sont qualifiés</li> <li>- Les attentes implicites et sous-jacentes du commanditaire sont identifiées</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- La collecte de données quantitatives et qualitatives complémentaires</li> <li>- L'analyse des données et l'identification des besoins</li> <li>- La restitution auprès du commanditaire</li> </ul>	<p>C.5 Restituer les recommandations réalisées en réponse au brief, en partageant ses apprentissages et ses analyses, afin d'obtenir l'adhésion du commanditaire.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les contraintes du commanditaire sont identifiées et évaluées</li> <li>- La sélection et la réalisation des études complémentaires permettent la définition d'une solution appropriée</li> </ul> <p><b>C.5 Pertinence des recommandations formulées :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les résultats de l'analyse sont présentés de manière structurée et compréhensible</li> <li>- Les recommandations sont justifiées par des données et des conclusions tirées de l'analyse</li> <li>- Les recommandations formulées répondent au besoin du commanditaire</li> <li>- Les recommandations tiennent compte des enjeux RSE</li> <li>- La présentation des recommandations favorise l'adhésion</li> </ul>
<p><b>A.3 Cadrage du projet digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'identification du périmètre du projet</li> <li>- L'élaboration du budget</li> <li>- La constitution et la coordination de l'équipe d'experts</li> <li>- La recherche et la conception de solutions adaptées au besoin du commanditaire</li> <li>- La planification et la structuration des phases du projet</li> <li>- L'identification des moyens à mobiliser (humains, techniques et financiers)</li> </ul>	<p>C.6 Identifier les besoins et le périmètre du projet digital, en évaluant les ressources disponibles et en consultant les parties prenantes internes et externes, afin de déterminer les objectifs à atteindre et les conditions de faisabilité.</p> <p>C.7 Élaborer le budget du projet digital, en évaluant les moyens financiers, humains et techniques nécessaires, en identifiant les intervenants internes et externes à intégrer, et en estimant les charges, afin d'assurer la répartition optimale des ressources et la viabilité économique du projet.</p> <p>C.8 Constituer une équipe d'experts, en tenant compte des compétences à mobiliser pour le projet, en leur</p>	<p><b>E2. Cadrage d'un projet digital</b></p> <p>Mise en situation professionnelle</p> <p><i>Évalue les compétences C.6 à C.13</i></p> <p><b>En réponse à la demande d'un commanditaire concernant un projet digital, le candidat réalise le cadrage du projet, ainsi il doit :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier le périmètre du projet</li> <li>- Etablir le plan du projet avec sa structuration, ses conditions de réalisation et son calendrier de réalisation</li> <li>- Elaborer le budget</li> <li>- Préparer le cahier des charges</li> <li>- Elaborer le backlog produit et les user stories</li> </ul>	<p><b>C.6 Pertinence de la démarche de conception du projet digital :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le périmètre du projet, ses objectifs et contraintes sont correctement définis</li> <li>- Les ressources humaines, financières et matérielles disponibles sont évaluées</li> <li>- Les parties prenantes internes et externes sont identifiées et consultées</li> <li>- Les concordances entre la demande, le besoin, le projet et les axes stratégiques sont identifiés</li> </ul> <p><b>C.7 Pertinence du budget élaboré :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un budget viable et détaillé est présenté, avec une liste précise des coûts associés aux moyens humains et techniques, anticipant d'éventuels imprévus et recettes</li> <li>- La répartition des ressources est optimisée pour maximiser l'efficacité</li> <li>- Le choix des partenaires et prestataires est justifié, documenté, et en cohérence avec les critères de coût et de qualité</li> </ul> <p><b>C.8 Pertinence de l'équipe constituée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La composition de l'équipe est</li> </ul>

	<p>restituant la problématique et les données recueillies au cours de la phase d'investigation, afin d'analyser les contraintes techniques et leurs implications en matière de développement.</p>	<p><i>Conditions de réalisation</i></p>	<p>équilibrée, prend compte les niveaux d'expertise requis, respecte les principes d'inclusivité et répond aux attentes du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les acteurs, les responsabilités et les contributions sont identifiés et correctement choisis</li> <li>- La problématique du projet est présentée aux experts, incluant les objectifs et les défis du projet</li> </ul>
	<p>C.9 Modéliser la proposition pour le projet digital, en synthétisant les différentes contributions des experts, en évaluant les avantages, les 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, afin d'assurer la faisabilité, la durabilité et l'accessibilité du projet.</p>	<p>Production écrite individuelle</p>	<p><b>C.9 Qualité de la proposition de projet digital :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La proposition est structurée (plan, hiérarchisation des parties, mise en forme, lisibilité) et complète (compréhension du besoin et des enjeux, réponse technique, équipe proposée, prix, méthodes de chiffrage et hypothèses)</li> <li>- La proposition est en cohérence avec les besoins et attentes du commanditaire et sa stratégie commerciale ou de communication</li> <li>- Les principes de développement durable sont intégrés dans la proposition</li> <li>- Les besoins des publics en situation de handicap sont évalués, et des solutions adaptées sont envisagées pour garantir l'inclusivité dans le développement du projet</li> <li>- Les arguments développés répondent à des critères de faisabilité technique et commerciale et démontrent la compétitivité de la solution</li> </ul>
	<p>C.10 Établir le calendrier de réalisation du projet digital, en structurant l'arborescence du projet avec les différentes étapes de réalisation, les actions à mettre en œuvre et les ressources nécessaires au regard des objectifs visés et des contraintes identifiées, afin de garantir le respect des délais et des échéances fixés.</p>		<p><b>C.10 Qualité de la structuration du projet digital :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le calendrier de réalisation est réaliste</li> <li>- Les différentes phases et tâches du projet sont déterminées et détaillées</li> <li>- Le calcul des délais est exact</li> <li>- Les objectifs et les contraintes du projet sont intégrés dans le calendrier</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le plan d'actions est en cohérence avec la solution digitale à développer</li> </ul>
<p><b>A.4 Rédaction des spécifications fonctionnelles et techniques du projet digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La préparation des documents de référence</li> <li>- L'élaboration du cahier des charges</li> <li>- La définition du backlog (liste des tâches à accomplir/à réaliser) et des user stories (les tâches)</li> <li>- La formulation des attentes du commanditaire dans les briefs créatifs</li> </ul>	<p>C.11 Rédiger le cahier des charges du projet digital, en coordonnant l'écriture des spécifications techniques et fonctionnelles, afin de garantir la clarté et l'exhaustivité des informations concernant le périmètre, les objectifs, le budget et le calendrier du projet.</p>		<p><b>C.11 Qualité du cahier des charges rédigé :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les exigences techniques, fonctionnelles et ergonomiques sont spécifiées</li> <li>- Le degré d'informations est la fois suffisamment précis et concis pour permettre l'utilisation de la documentation</li> <li>- Les critères de qualité et contraintes à prendre en compte sont explicités</li> <li>- Le document est structuré, fonctionnel, complet et utilisable</li> </ul>
	<p>C.12 Élaborer le backlog de produit du projet digital, en spécifiant et priorisant les tâches et fonctionnalités à réaliser, et en le modifiant régulièrement en fonction de l'évolution du projet, afin d'assurer une gestion flexible et réactive du projet.</p>		<p><b>C.12 Pertinence du backlog proposé :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaque élément du backlog est clairement décrit avec des critères d'acceptation définis</li> <li>- Les descriptions incluent toutes les informations nécessaires pour la réalisation des tâches</li> <li>- Les tâches et fonctionnalités sont priorisées de manière logique en fonction des objectifs du projet</li> <li>- Des révisions fréquentes et des ajustements basés sur les feedbacks et les nouvelles informations sont effectués</li> </ul>
	<p>C.13 Créer les user stories du projet digital, en définissant les profils-types utilisateurs, et en décrivant le parcours de chaque fonctionnalité, afin d'identifier les besoins et attentes des utilisateurs.</p>		<p><b>C.13 Pertinence des user stories créés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les profils-types utilisateurs sont clairement définis et sont basés sur des données réelles</li> <li>- Les parcours utilisateurs sont décrits pour chaque fonctionnalité et prennent en compte les différentes interactions possibles</li> <li>- Chaque user story inclut des objectifs utilisateurs et des critères de réussite mesurables</li> <li>- Les user stories sont rédigées de manière claire et concise, selon le format standard</li> </ul>

<p><b>A.5 Mise en œuvre du projet digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le choix et la définition de la méthode de conduite de projet appropriée</li> <li>- La mobilisation des outils collaboratifs</li> <li>- L'animation des réunions projet</li> <li>- Le pilotage des différentes étapes du projet (indicateurs de suivi et tableaux de bord)</li> <li>- Le suivi des relations avec le commanditaire, interne ou externe</li> <li>- L'organisation des phases de test</li> <li>- L'identification et la résolution des dysfonctionnements et problèmes</li> </ul>	<p>C.14 Identifier les modalités et méthodes de conduite de projet appropriées, en tenant compte de la problématique à traiter, du contexte, de l'équipe constituée et des usages du commanditaire, afin de piloter efficacement le projet digital.</p>	<p><b>E3. Pilotage d'un projet digital</b></p> <p>Mise en situation professionnelle</p> <p><i>Évalue les compétences C. 14 à C.21</i></p> <p><b>Dans le cadre d'un projet digital en réponse à la demande d'un commanditaire, le candidat réalise un rapport d'expérience de pilotage de projet en présentant :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la méthode de conduite de projet adaptée qu'il a sélectionnée</li> <li>- son organisation du partage et de la diffusion de l'information au sein de l'équipe projet</li> <li>- les outils collaboratifs qu'il a mobilisés</li> <li>- des comptes-rendus réalisés à l'issue des réunions animés avec les parties prenantes</li> <li>- le suivi et le contrôle des différentes phases du projet, notamment celles de tests</li> <li>- la coordination de l'équipe interne avec l'organisation du travail et l'évaluation de la performance collective</li> </ul>	<p><b>C.14 Qualité de la méthode de conduite de projet définie :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La méthode de conduite de projet choisie est adaptée au contexte et à l'équipe projet, et permet d'en maîtriser les risques</li> <li>- Des méthodes spécifiques (par exemple Agile, Waterfall, Lean) sont évaluées et sélectionnées en fonction des besoins du projet</li> <li>- Des outils de gestion de projet (par exemple, JIRA, Trello, MS Project) sont sélectionnés et justifiés</li> <li>- Les méthodes de conduite du projet sont alignées avec les usages du commanditaire</li> </ul>
	<p>C.15 Favoriser la communication entre les différentes parties prenantes du projet digital, en mobilisant les outils de travail collaboratif et au travers de réunions de projet, en suivant les prestations des fournisseurs et partenaires techniques, afin de garantir la cohésion, la transparence et l'efficacité tout au long du projet.</p>	<p><i>Conditions de réalisation</i></p> <p>Production écrite dans un cadre collectif et présentation orale individuelle</p>	<p><b>C.15 Efficacité de la communication au cours du projet :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le choix des modalités d'échange et l'organisation des flux d'information est précisé et en cohérence avec les spécificités du projet et son contexte</li> <li>- Les parties prenantes (commanditaire, équipe d'experts, prestataires...) sont associées et impliquées dans la mise en œuvre du projet</li> <li>- Les comptes rendus de réunion sont présentés</li> </ul>
	<p>C.16 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, et en surveillant le respect du planning, afin d'assurer la bonne gestion du projet digital.</p>	<p><b>C.16 Qualité du contrôle opéré :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les outils et indicateurs de suivi sont cohérents au regard des critères de réussite du projet</li> <li>- Le système de suivi, d'évaluation et de reporting permet la maîtrise du déroulement du projet</li> <li>- L'enveloppe budgétaire est respectée</li> <li>- Le calendrier de mise en œuvre et la tenue des échéances fixées sont respectés</li> <li>- L'évolution du projet et ses différentes actions sont évaluées en continu</li> </ul>	

	<p>C.17 Évaluer le résultat des actions engagées, en organisant des points réguliers avec le commanditaire concernant l'avancée du projet digital, et en identifiant avec lui les éventuelles modifications et réorientations à opérer, afin d'ajuster le projet si nécessaire.</p>		<p><b>C.17 Qualité de l'évaluation des actions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des réunions régulières avec le commanditaire sont planifiées, tenues et des comptes rendus sont disponibles</li> <li>- Les indicateurs de performance sont analysés pour mesurer l'effet des actions</li> <li>- Les résultats des évaluations sont partagés avec le commanditaire</li> <li>- Des actions correctives basées sur les retours du commanditaire sont définies et exécutées</li> <li>- Des évaluations sont réalisées pour mesurer l'efficacité des changements réalisés</li> </ul>
	<p>C.18 Vérifier la qualité des développements, en organisant les phases de tests permettant d'identifier et résoudre les dysfonctionnements et points de non-conformité, notamment en matière d'accessibilité pour les publics en situation de handicap, afin de s'assurer que le produit final réponde aux spécifications ergonomiques, fonctionnelles et techniques définies.</p>		<p><b>C.18 Qualité de la solution digitale développée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le plan de tests permet un développement maîtrisé de la solution</li> <li>- Les tests incluent une évaluation spécifique des critères d'accessibilité pour s'assurer que la solution est utilisable par les publics en situation de handicap, conformément aux normes en vigueur, tel que le <a href="#">RGAA</a></li> <li>- Les non-conformités, défauts et dysfonctionnements de performance sont détectés prématurément et corrigés de façon itérative</li> <li>- Les exigences fonctionnelles, techniques et ergonomiques de la solution recettée sont conformes aux exigences attendues</li> <li>- La solution est implémentée dans son environnement client et/ou utilisateur</li> </ul>
<p><b>A.6 Coordination de l'équipe interne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'encadrement de l'équipe interne</li> </ul>	<p>C.19 Organiser le travail à produire, en définissant les rôles et périmètres d'intervention des membres de l'équipe interne, en prenant compte des éventuels besoins de recrutement, et en instaurant des usages et un mode de fonctionnement respectueux de l'environnement, afin de garantir une organisation efficace et durable.</p>		<p><b>C.19 Pertinence de l'organisation du travail collectif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les rôles, missions, responsabilités et périmètres d'intervention de chaque collaborateur sont précisément définis</li> <li>- Les modalités de collaboration et le format des réunions de projet sont adaptés au contexte</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'organisation du partage et de la diffusion de l'information</li> <li>- La répartition et la supervision du travail</li> <li>- L'organisation et l'animation des réunions d'équipe</li> <li>- Le suivi des objectifs</li> <li>- La gestion de potentiels conflits</li> <li>- Le suivi de la performance de l'équipe</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les potentiels besoins de recrutement sont identifiés et définis</li> <li>- Les moyens mis en place sont inclusifs et non-discriminant</li> <li>- Des pratiques durables sont mises en place</li> </ul>
	<p>C.20 Coordonner l'action des membres de l'équipe interne, en organisant des réunions régulières de partage d'information et de contrôle des objectifs en termes de qualité et de délai, et en gérant d'éventuelles situations conflictuelles, afin de maintenir la cohésion et l'efficacité de l'équipe.</p>		<p><b>C.20 Qualité du mode de coordination mis en œuvre :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le mode de coordination favorise l'initiative, la créativité individuelle et l'intelligence collective</li> <li>- Des réunions de partage d'information et de suivi sont planifiées et préparées</li> <li>- L'organisation établie et le cadre méthodologique prédéfini sont respectés</li> <li>- Les situations conflictuelles sont traitées et résolues dans le respect des intérêts du collectif et de la continuité du projet</li> </ul>
<p><b>A.7-I Développement d'une stratégie de marketing digital et e-commerce en adéquation avec les objectifs d'un commanditaire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse du positionnement en ligne</li> </ul>	<p>C.21 Evaluer la performance collective de l'équipe interne, en mettant en place des indicateurs de performance collectifs et individuels, en réalisant régulièrement des bilans, et en facilitant les temps d'échange et de retour d'expérience, afin d'adapter et améliorer les pratiques de travail de l'équipe.</p>	<p><b>E4-I. Proposition d'une stratégie de marketing digital et e-commerce</b></p> <p>Mise en situation professionnelle</p>	<p><b>C.21 Pertinence de l'évaluation de la performance de l'équipe :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs individuels et collectifs sont quantifiés, qualifiés et clairement communiqués</li> <li>- Les indicateurs de performance définis sont alignés avec les objectifs du projet et de l'équipe</li> <li>- Des bilans de performance réguliers sont planifiés et réalisés</li> <li>- Des sessions de partage d'expérience sont organisées régulièrement</li> <li>- Des suggestions concrètes et réalisables sont fournies pour aider à améliorer les performances</li> </ul> <p><b>C.22-I Adéquation de la stratégie digitale aux objectifs et enjeux du commanditaire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La stratégie globale de l'entreprise et son plan de développement sont pris en considération</li> <li>- La stratégie digitale s'intègre de façon cohérente dans le plan de développement de l'entreprise</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- La sélection des outils de communication</li> <li>- La définition des KPI à améliorer</li> <li>- La création et la révision des contenus</li> <li>- Le suivi des performances et l'analyse des résultats</li> <li>- L'évaluation de la rentabilité et l'analyse des taux de marge</li> <li>- L'optimisation du parcours d'achat pour les clients</li> </ul>	<p>afin d'assurer une cohérence avec les canaux de communication et de distribution physiques.</p>	<p><i>Évalue les compétences C.22-I à C.25-I</i></p> <p>Production écrite individuelle dans un cadre collectif et présentation orale</p> <p><b>Dans le cadre d'un projet digital en réponse à la demande d'un commanditaire, le candidat propose une stratégie de marketing digital comprenant :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le positionnement des canaux et outils de communication</li> <li>- la création des contenus digitaux</li> <li>- la stratégie de référencement</li> <li>- l'identification des résultats attendus et la sélection des indicateurs de performance à suivre (KPI)</li> <li>- le choix des outils de suivi et d'optimisation des résultats, notamment la rentabilité des activités e-commerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La stratégie digitale s'inscrit en cohérence et en complémentarité avec les canaux de communication et/ou de commercialisation physiques de l'entreprise</li> <li>- Les objectifs qualitatifs et quantitatifs visés sont précisément définis</li> <li>- Les outils et critères d'évaluation de la stratégie sont appropriés</li> <li>- Le choix des outils et supports de communication/commercialisation est adapté à la cible clients/utilisateurs</li> </ul>
	<p>C.23-I Concevoir des contenus digitaux accessibles, 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, ainsi que les messages à faire passer, afin de contribuer à l'attractivité et à la notoriété digitale du commanditaire.</p>	<p><i>Conditions de réalisation</i></p> <p>Production écrite dans un cadre collectif et présentation orale individuelle</p>	<p><b>C.23-I Pertinence de la stratégie de production de contenus :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les parcours clients/utilisateurs et les modes d'interaction avec la communauté sont en adéquation avec le positionnement et l'image de l'entreprise</li> <li>- La ligne éditoriale, visuelle et graphique est adaptée à l'environnement digital et respecte le positionnement et l'identité du commanditaire, et est en adéquation avec la cible</li> <li>- Les contenus sont complémentaires et positionnés de façon cohérente</li> <li>- La visibilité des contenus est optimisée au moyen d'une stratégie de référencement cohérente</li> <li>- Les principes d'accessibilité numérique font référence au RGAA</li> </ul>
	<p>C.24-I Évaluer 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 des supports digitaux et des campagnes promotionnelles lancées en ligne, et en tenant compte des résultats obtenus et des tendances du secteur pour l'évolution et l'actualisation de ces outils, afin d'optimiser les outils de commercialisation et de communication numériques.</p>		<p><b>C.24-I Pertinence de l'évaluation des actions de marketing mises en œuvre :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les outils et solutions numériques pour le suivi qualitatif et quantitatif sont mis en place</li> <li>- Le suivi des campagnes et des supports digitaux est effectué avec des tableaux de bord dynamiques et des rapports automatiques</li> <li>- La méthode de collecte des données est présentée, dans le respect du RGPD</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les résultats obtenus sont régulièrement analysés pour évaluer l'efficacité des actions</li> <li>- Des ajustements et des améliorations basés sur les tendances et les retours d'expérience sont implémentés dans les outils de commercialisation et communication</li> </ul>
	<p>C.25-I Optimiser la rentabilité des activités e-commerce, en adoptant une approche business d'analyse des coûts d'acquisition, de la rentabilité et des taux de marge, et en adaptant le parcours d'achat client, afin d'améliorer la conversion et la performance globale des ventes en ligne.</p>		<p><b>C.25-I Efficacité de l'optimisation des activités e-commerce :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des rapports sur les coûts par canal, par campagne et par segment de clientèle sont produits</li> <li>- Des calculs de ROI (retour sur investissement) et de ROAS (retour sur les dépenses publicitaires) sont réalisés</li> <li>- Le parcours d'achat client est analysé</li> <li>- Des actions d'optimisation sont identifiées</li> <li>- Les taux de conversion et la performance globale des ventes en ligne sont suivis</li> </ul>
<p><b>A.7-II Conception d'interfaces digitales centrées sur l'expérience utilisateur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse des données utilisateurs</li> <li>- L'élaboration des KPI à améliorer</li> <li>- La préparation des prototypes fonctionnels</li> <li>- La réalisation des tests utilisateurs et l'analyse des résultats</li> <li>- La conception accessible des interfaces</li> <li>- La livraison des spécifications design</li> <li>- Le suivi du développement</li> </ul>	<p>C.22-II Identifier les besoins et les comportements des utilisateurs, en menant des études, des recherches et des tests auprès des utilisateurs, afin de définir les indicateurs de performance à améliorer (KPI).</p> <p>C.23-II Créer des prototypes fonctionnels, en concevant des interfaces utilisateur intuitives et optimisées pour une expérience utilisateur</p>	<p><b>E4-II. Proposition d'optimisation du design et de l'expérience utilisateur (UX/UI)</b></p> <p><b>Mise en situation professionnelle</b></p> <p><i>Évalue les compétences C.22-II à C.27-II</i></p> <p>Réalisation écrite individuelle dans un cadre collectif et présentation orale</p> <p><b>Dans le cadre d'un projet digital confié par un commanditaire, le candidat propose une optimisation des interfaces digitales, en termes de design et d'expérience</b></p>	<p><b>C.22-II Adéquation de la stratégie UX/UI aux besoins et comportements utilisateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des méthodologies de recherche appropriées (enquêtes, interviews, observations) sont utilisées</li> <li>- Une analyse des besoins permet de distinguer les besoins critiques des besoins secondaires</li> <li>- Des indicateurs spécifiques et mesurables sont choisis en fonction des besoins et des comportements identifiés</li> <li>- Les recommandations d'interface sont adaptées à la cible clients/utilisateurs</li> <li>- Les attendus en matière de performance sont clairement identifiés, exprimés et justifiés</li> </ul> <p><b>C.23-II Qualité des prototypes fonctionnels réalisés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des maquettes détaillées sont fournies</li> </ul>

<p>- La vérification du projet</p>	<p>performante et attrayante, et en les testant auprès des utilisateurs, afin d'identifier les axes d'amélioration et les points de blocage utilisateur.</p>	<p><b>utilisateur, comprenant :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>les méthodes de recherche mises en œuvre pour identifier les besoins et comportements des utilisateurs</b></li> <li>- <b>la sélection des indicateurs de performance à améliorer (KPI), et leur suivi</b></li> <li>- <b>la recommandation d'un parti pris stratégique et visuel</b></li> <li>- <b>la présentation d'un prototype fonctionnel et justifié, avec la réalisation de tests</b></li> <li>- <b>l'intégration des principes d'accessibilité</b></li> <li>- <b>la collaboration avec les développeurs</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les interfaces respectent les normes et les bonnes pratiques UX/UI, elles sont optimisées pour une expérience utilisateur intuitive, performante et attrayante</li> <li>- Des scénarios d'utilisation sont créés pour tester les interactions</li> </ul>
	<p>C.24-II Optimiser l'expérience utilisateur, en analysant les résultats des tests de maquettes, en ajustant les designs, afin d'améliorer les performances et la satisfaction des utilisateurs.</p>		<p><b>C.24-II Efficacité de l'optimisation de l'expérience utilisateur :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des tests utilisateurs des prototypes fonctionnels sont réalisés</li> <li>- Des rapports de test et d'analyse détaillant les points forts et les axes d'amélioration sont réalisés</li> <li>- Les points de blocages utilisateurs sont présentés et des axes d'amélioration sont identifiés</li> <li>- Des itérations de maquettes et des prototypes sont réalisées pour intégrer les ajustements</li> <li>- Les nouvelles versions des designs sont testées et montrent des améliorations mesurables</li> </ul>
	<p>C.25-II Intégrer les normes d'accessibilité dans la création des interfaces utilisateur, en s'assurant que les produits digitaux sont accessibles à tous les utilisateurs, y compris ceux en situation de handicap, afin d'améliorer l'inclusivité de l'expérience utilisateur.</p>		<p><b>C.25-II Intégration des principes d'accessibilité en référence au <a href="#">RGAA</a></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les interfaces utilisateur respectent les normes d'accessibilité et les designs sont inclusifs et adaptatifs</li> <li>- Des tests d'accessibilité avec des utilisateurs en situation de handicap sont réalisés</li> <li>- Des ajustements sont apportés pour améliorer l'accessibilité basée sur les retours</li> </ul>
	<p>C.26 Collaborer avec les développeurs, en leur livrant les spécifications design, et en vérifiant le développement du projet terminé, afin d'assurer sa conformité avec le design et les spécifications définies.</p>		<p><b>C.26 Qualité de la solution développée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les spécifications design sont détaillées et utilisables par les développeurs</li> <li>- Des contrôles réguliers et des revues de code sont réalisés pour assurer la conformité avec le design et les spécifications fonctionnelles</li> <li>- Les écarts par rapport aux spécifications</li> </ul>

			<p>sont identifiés et corrigés</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des tests de validation sont réalisés pour comparer le produit développé avec les designs initiaux</li> </ul>
	<p>C.27 Contrôler les indicateurs de performance (KPI) définis pour l'expérience utilisateur, en comparant les performances réelles avec les objectifs établis, et en rapportant les résultats aux parties prenantes, afin de valider l'efficacité des ajustements apportés.</p>		<p><b>C.27 Pertinence du contrôle des KPI :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les KPI sont mesurés de manière régulière</li> <li>- Les performances réelles observées sont comparées aux objectifs définis</li> <li>- Les écarts sont analysés et des actions correctives sont proposées</li> <li>- Des rapports et des présentations sont partagés avec les équipes concernées</li> <li>- Des recommandations pour optimiser l'expérience utilisateur sont formulées</li> </ul>

Tout candidat en situation de handicap pourra bénéficier d'un suivi individualisé par un référent handicap. Cet accompagnement consiste :

- À identifier ses besoins spécifiques et les possibilités d'aménagements durant la préparation à la certification et durant les évaluations (conditions d'accueil, démarches administratives, déroulement de la formation, épreuves).
- A évaluer les besoins du candidat avec l'aide de ressources externes telles que Ressources Handicap Formation proposé par l'AGEFIPH et adapter les moyens en conséquence.

Tout candidat en situation de handicap peut bénéficier d'aménagements raisonnables, au sens de l'article 2 de la [Convention relative aux droits des personnes handicapées des Nations Unies](#) (CRDPH) lui permettant de parvenir à une situation d'équité de traitement avec les autres candidats. Il pourra disposer à titre d'exemple :

- De la garantie d'accessibilité sur le site de l'épreuve,
- D'une adaptation du temps pour préparer et accomplir l'épreuve,
- De la mise à disposition d'un matériel technique spécifique,
- D'un accompagnement aux démarches de demande d'aide par le référent handicap.

En cas d'impossibilité d'une évaluation de certaines compétences, au regard du handicap du candidat, une exemption peut être prononcée à la condition qu'elle se justifie en fonction de ses futures conditions d'exercice professionnel et ne dénature pas l'attestation de compétences. Une telle disposition ne peut être prise que sur proposition argumentée du référent handicap, par décision du certificateur.