

# GESTION DE PROJET WEB

**PUBLIC** Gestionnaires de site, référenceurs, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketers...

**PRÉ-REQUIS** Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

**DURÉE** 14 heures (2 jours)

**OBJECTIFS** Ce programme de formation vous apportera la culture générale Web nécessaire pour élaborer votre projet, en dirigeant sa conception et son évolution, en sachant communiquer avec les différents intervenants

**FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION :** Attestation de fin de formation

La concrétisation de votre projet Web passe nécessairement par son écriture à destination de différents publics : commerciaux techniques, responsables artistiques, responsables techniques... et sur différents types de documents : appels d'offres, mails de brief techniques et artistiques, ...

Le champ lexical peut être radicalement différent selon le type de communication et les destinataires.



## DÉFINIR LES DIRECTIONS DE SON PROJET WEB

- Définir la finalité et le cœur de cible
- Évaluer les points clés du succès
- Benchmarking son marché et faire ressortir les nouveaux besoins, besoins mal satisfaits
- Analyses de sites existants

## RÉDIGER LE CAHIER DES CHARGES POUR « VERROUILLER » LE PROJET

- Plan : les points indispensables
- Définir les aspects ergonomiques et visuels
- Étudier les choix techniques et décrire ses contraintes
- Prendre en compte l'environnement juridique
- Planifier les étapes et délimiter les budgets

## APPELS D'OFFRES :

### LANCER, SÉLECTIONNER ET VALIDER LES PRESTATAIRES

- Proposition commerciale, proposition concrète - apprendre à déchiffrer les offres commerciales
- Étude des coûts et de la cohérence globale dans les réponses formulées
- Construire son appel d'offre
- Établir un budget prévisionnel, le cahier des charges et le planning de réalisation

## PILOTER LE PROJET EN ENCADRANT UNE ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

- Définir efficacement qui fait quoi selon les compétences respectives des équipes
- Apprendre à travailler avec les prestataires externes
- Formuler un brief fonctionnel
- Cadrer un sujet et formuler un besoin de manière limpide face à un profil technique
- Le mode itératif : avantages et difficultés

## IDENTIFIER LES BONS INDICATEURS DE SUIVI

- Indicateurs pertinents, actions correctives
- Le coût réel du retard
- Mesurer le ROI

## GÉNÉRER L'AUDIENCE DE SON SITE

- Trouver les leviers d'audience ciblée
- Informer et vendre en ligne
- Étudier les pratiques de référencement naturel et sponsorisé
- Mesurer les retours et observer les statistiques
- Créer les tableaux de bord et les systèmes de reporting

## OPTIMISER L'ACTIVITÉ ON-LINE

- Taux de rebond et comportement de navigation
- Web-merchandising
- Partenariats corporate
- Veille concurrentielle

**Lieu de la formation :** 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

**Nombre de stagiaires (si en session) :** 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur