

GESTION DE PROJET WEB

PUBLIC Gestionnaires de site, références, 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 diriger 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
- Benchmarker 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
- Etablir 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