

Organiser et piloter un projet communication digitale

Pour qui ?

Chef de projet web, responsable marketing digital, chargée de communication digitale, développeur web, ux designer, community manager, développeur front end, développeur back end, et trois ans d'expérience

Prérequis

Aucun prérequis exigé

Niveau d'entrée

BAC+2

Système d'évaluation

La validation du bloc de compétences repose sur :

- Des contrôles de connaissances en centre
- L'évaluation des compétences via des travaux professionnels de synthèse en centre et/ou en entreprise

Durée

6.5 jours dont 4.5 jours en présentiel

Enseignement

Les jours initialement prévus en présentiel peuvent également être assurés 100% à distance selon les dates et les campus.

Codes

Code WEB : MCDFFCPCD3

Prix

2 900 euros HT

Blended By CESI *

dont 2 jours en distanciel

Le module de gestion de projet classique sera abordé en e-learning. Des classes virtuelles seront organisées pour les travaux en équipe sur le projet fil rouge

* formation en présentiel enrichie à distance

Organiser, piloter le projet en mode agile dans le respect de la stratégie de communication digitale



Objectifs

- Identifier les grandes phases du projet digital
- Comprendre les enjeux et l'intérêt d'une gestion Agile type Scrum
- Définir les tâches et estimer leur durée dans un contexte Agile
- Définir une stratégie de communication pour attirer et convertir les internautes
- Comprendre les comportements, les anticiper et prévoir des opérations pour promouvoir son projet digital

Programme de la formation

Gestion de projet digital

Apprendre les notions essentielles de la gestion de projet

Apprendre les notions essentielles de la gestion de projets
Définir et connaître ce qu'est un projet digital, les types de projets, les méthodologies
Appréhender les méthodes les plus répandues en gestion de projet : méthode en cascade, cycle en v, pmi

Mettre en œuvre les fondamentaux de la méthodologie scrum

Introduction à l'agilité
Présentation de l'approche itérative / incrémentale
Événements et artefacts induits
Livraison et rétrospective

Stratégie de communication digitale

Benchmark

Comment évaluer l'efficacité d'un outil de communication

digitale
Analyser les meilleures pratiques du web

Inbound marketing

Analyser le comportement de l'internaute
Stratégie de contenu
Transformer l'internaute en lead, ou comment rendre l'internaute acteur de sa communication

Tunnel de conversion

Déterminer les personas qui correspondent aux cibles

stratégiques du projet
Comment l'internaute lead devient client

Plan de communication digitale

Concevoir et rédiger la stratégie de communication, base des plans de communication
Définition et structuration du plan de communication digitale
Validation Organiser et piloter un projet communication digitale

Ce bloc est capitalisable dans le(s) parcours métier(s)

- Chef de projet communication digitale