

## Programme de formation

### Gestion de projet Web

Spécificités d'un projet internet et des bonnes pratiques associées

#### Durée

2 jours / 14 heures

#### Description

La complexité majeure des projets internet réside dans la multiplicité des compétences à coordonner. La réussite de ces projets passe donc nécessairement par la coordination et la connaissance de nombreuses compétences et métiers différents (ergonome, directeur artistique, spécialistes du marketing Web, architecte technique, développeur, intégrateur HTML, rédacteur de contenus, expert infrastructure, exploitant Web, etc.). Afin que l'alchimie fonctionne, il est indispensable de se doter d'une méthode adaptée à ce contexte explosif, afin d'orchestrer l'ensemble des compétences et garantir le succès de son projet internet.

Cette formation Gestion de projet Web vous apportera une vision claire et précise des spécificités d'un projet internet et des bonnes pratiques associées.

#### Objectifs pédagogiques

- Appréhender les meilleures pratiques de gestion de projet WEB et les mettre en oeuvre,
- Optimiser le fonctionnement et la coordination des différents acteurs du projet,
- Prendre du recul par rapport aux habitudes projet héritées des projets traditionnels.

#### Public

- Direction de la Communication, Marketing,
- Direction Digitale (e-Business),
- Direction Informatique,
- Chefs de projet.

#### Pré-requis

Expérience projet côté MOA ou MOE et bonne connaissance des problématiques soulevées par les projets Web.

#### Méthodes pédagogiques

60 % théorie/ 40 % pratique

#### Profil intervenant

L'ensemble de nos formations sont animées par des formateurs expérimentés possédant une expérience terrain éprouvée.

#### Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

## Programme

### Définition dès la phase en amont des objectifs du projet

- Etablissement des métriques à suivre en cours de projet
- Intégration d'un « réalisme » budgétaire dès l'expression de besoins fonctionnels

### Le choix de la solution technique

- En amont de la rédaction du cahier des charges ou au lancement du projet ?
- MOA vs MOE : qui décide ?
- Les atouts d'un outil de gestion de contenu (CMS)
- Dans quel cas privilégier un développement à façon ?
- Impact du modèle économique sur la relation future MOA-MOE

### Les tâches liées à la communication interactive

- Spécificités du web (Graphisme, référencement, architecture de l'information, génération de liens entrants, valorisation des contenus, etc.)
- Un lotissement avec ou séparément des prestations techniques ?
- Avantages/Inconvénients des deux approches
- Garantir la prédictibilité des livrables en fonction du type de projet

### L'impact du choix de la méthodologie projet

- Le rôle des maîtrises d'ouvrage et maîtrise d'œuvre
- Mode de contractualisation
- Méthodologie « traditionnelle »
- Cycle en V et phases de spécifications/développement/tests/recettes
- Méthodologie « agile » (Scrum, XP ...)
- Itérations courtes, Livraisons fréquentes, Priorisation des fonctionnalités au fil du projet ?

### Les phases d'un projet Web

- Livrables et compétences requises
- Disparité mais collaboration étroite entre les intervenants
- Responsabilités de chacun des acteurs (Directeur artistique, expert en marketing Web, producteurs de contenu, développeur, exploitant de plate-forme, etc.)

### Phase de lancement

- Le chef d'orchestre doit disposer d'une vision très claire
- Le brief sur le positionnement du site
- La mise en place de l'outillage projet

### Phase de spécifications

- Univers de marque
- Zoning/cinématique
- Plans de tests
- Recommandations marketing Web
- Etude de génération des liens entrants
- Architecture de l'information
- Architecture technique

### Phases de réalisation, recette et mise en production

- Le cas de la recette et les recettes pour limiter les allers-retours
- La génération de trafic

### La mise en ligne et la vie du site

- Compétences nécessaires pour assurer la vie du site
- Les Opérations à mener de manière récurrente
- Génération de trafic
- Référencement
- Outil d'analyse Marketing
- Gestion de la réputation numérique
- Détection, qualification et traitements des réactions sur le UGC (User Generated Content)
- Maîtrise des risques de détournement d'information, d'image et du risque technologique
- Phishing, cybersquatting, google bombing, etc.
- Cas de la présence dans les médias sociaux
- Graphes sociaux et contenus viraux
- Le rôle croissant des réseaux sociaux dans les remontées de référencement naturel

### Synthèse des bonnes pratiques