



## PROGRAMME DETAILLE DE LA FORMATION

### Chef de Projet Marketing digital

#### Formation Conventionnée et indemnisée\* par la Région Île de France

\*Seuls les demandeurs d'emploi qui ne bénéficient pas de l'ARE ont le droit à la rémunération.

#### PREREQUIS ET DETAILS DES CONDITIONS SPECIFIQUES :

Entretien individuel à l'issue de l'information collective pour toute personne souhaitant s'inscrire. Venir avec un CV. Il est demandé aux candidats d'avoir entre autres :

- Un projet professionnel et de solides motivations,
- Une connaissance de l'anglais
- Un niveau bac+1 ou 2 ou expérience équivalente

#### OBJECTIFS :

Le Chef / la Chef de projet Marketing Digital à l'issue de la formation sera en capacité de :

- Définir les fonctionnalités d'un produit digital
- Définir les priorités en fonction de la valeur « métier » et de la cible marketing

Il sera doté de compétences techniques digitales de pointes associées à la maîtrise de la gestion de projets, à la coordination et au management d'équipe.

Il sera en mesure de proposer des idées innovantes ou des stratégies efficaces pour résoudre les problèmes qui se présentent ou répondre à des opportunités.

#### Direction des systèmes d'information (ROME : M1803-M1804-M1805-M1806)

-Le « Chef de Projet » intervient pour garantir le succès d'un projet (à dominante informatique ou multimédia).

- Il analyse les besoins du client et rédige le cahier des charges, coordonne le travail de tous les acteurs du projet.

- Il recueille les besoins, évalue la faisabilité technique du projet et sa pertinence en fonction de l'environnement économique et de la stratégie de l'entreprise.

- Il prend en compte des tendances du web. Il dresse le cahier des charges, établit la ligne éditoriale et le plan de production du site, élabore le planning et le budget.

- Pendant la phase de développement, il coordonne et encadre les équipes techniques (développeurs, rédacteurs...) et les prestataires extérieurs (hébergeurs et fournisseurs).

- Il veille au bon déroulement de toutes les étapes de la production.

- Il a la maîtrise des délais et des coûts.



## DUREE :

350 heures en centre

## MODALITES ET DELAIS D'ACCES :

Réunion d'information collective tous les jeudis matin à 9h30 à l'adresse suivante :  
G2R- 102 Avenue Philippe Auguste, 75011 Paris.

De 8 jours à 1 mois à partir de la date de la demande et en fonction des places disponibles.

## TARIF :

Formation gratuite pour tous les demandeurs d'emploi.

Tarif pour les candidats libres ou salariés : à partir de 12 euros TTC / l'heure.

## CONTACT :

GATTOUFI SARAH 01 44 64 85 85 [sgattoufi@g2r-formation.fr](mailto:sgattoufi@g2r-formation.fr)

GRANDIOU ANDRE PAUL 01 44 64 85 92 [apgrandiou@g2r-formation.fr](mailto:apgrandiou@g2r-formation.fr)

## METHODES MOBILISEES :

La salle de formation est équipée en ordinateurs, connectée à Internet via la fibre et sous la direction d'un consultant expérimenté.

1 PC par stagiaires (15- SSD)

Formation par la pratique et les mises en situation.

Tous les stagiaires ont accès à la plateforme de e-learning (Téléchargement de vidéos et supports de cours numérique).

Certains modules sont développés en « blended learning » avec une partie en autonomie tutorée.

## MODALITE D'EVALUATION :

- Sélection après un entretien individuel et analyse des besoins (motivation et projet professionnel)
- Test d'anglais
- Diplôme Bac + 2 ou autodidacte avec expérience. (Vérification diplôme ou expérience)

## ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Certains de nos locaux de formation sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Notre Référent (Isabelle AZOULAY) est à votre disposition pour vous accueillir et prendre en compte des adaptations utiles ou nécessaires.

Contactez-nous pour valider et vérifier si c'est le cas pour votre formation.

01 44 64 85 85.



## RESULTATS ATTENDUS :

Professionnaliser son parcours.

Préparation aux certifications Scrum master – Product owner – ITIL – BPMN

## CONTENU DE LA FORMATION : DUREE 350 HEURES

<b>Module 1 - Dynamique du groupe:</b> Jeux de rôle, atelier	<b>7 heures</b>
<b>Module 2 - COMMUNICATION ET MANAGEMENT :</b> Management d'équipe - Communication Gestion de conflits	<b>21 Heures</b>
<b>Module 3 Office 365 :</b> Utilisation d'office 365	<b>7 heures</b>
<b>Module 4a - Les bases techniques :</b> Définir les différents types de projets Web et les choix techniques Les fondamentaux de l'intégration de site : langages html, CSS Framework - Bootstrap	<b>28 heures</b>
<b>Module 4b - E-Conception projet CMS :</b> CMS : WordPress/Woo Commerce Respect des bonnes pratiques lors du processus d'un projet web	<b>14 heures</b>
<b>Module 5 - LA MAITRISE EN QUALITE WEB :</b> Préparation à la certification - LA MAITRISE EN QUALITE WEB Modèle VPTCS Ergonomie de site et expérience utilisateurs : principes de L'ergonomie web points d'amélioration d'un site, améliorer le parcours utilisateurs.	<b>14 heures</b>
<b>Module 6 - Méthodes agiles et innovation :</b> Comprendre ce qu'est l'agilité Mettre en place la méthode SCRUM Connaître les fondamentaux de l'agilité ; valeurs, principes et concepts Comprendre les différents rôles dans un projet Scrum Ecrire des User Stories et leur donner une valeur business Créer un Product Backlog / storie mapping Estimer la charge de développement d'une story Définir le contenu d'un sprint (backlog) Organiser le déroulement d'un sprint et en faire la revue	<b>28 heures</b>



**Module 7 Business Canvas et Lean, amélioration continue : 21 heures**

**Business Model Canvas**

- Appréhender le contexte et les conditions d'utilisation du Business Model Canvas.
- Construire son Business Model Canvas.
- Analyser un Business Model Canvas.

**Lean, amélioration continue,**

- Découvrez comment déployer le Lean Management dans votre entreprise en utilisant des ateliers Kaizen pour améliorer le fonctionnement de vos opérations. Vitesse et agilité, capacité et élimination des gaspillages, fiabilité des opérations et performance des collaborateurs feront partie de votre quotidien.

Acquérir les principes de la méthodologie Lean Startup

Appliquer la méthodologie pour tester de nouveaux produits et services

Maîtriser les outils permettant d'implémenter le Lean Startup

**Module 8 - E-commerce et cadre légal : 7 heures**

Connaissance du modèle économique des entreprises, le traduire en objectifs web

Le parcours client - Cadre légal : la RGPD, CGV, CGU - Les principes du e-commerce

**Module 9 – UI & UX Design : 14 heures**

Définir une charte graphique

Comprendre la différence entre la conception UI et UX

Réaliser une maquette fonctionnelle dans le respect des règles UX/UI

Définir et décrire les Persona

Outils UI & UX et leur utilisation

**Module 10 - E-Communication et Community manager : 21 heures**

Construire une stratégie Social Média efficace : auditer sa présence, identifier ses objectifs et ses cibles, définir ses axes de communication

Community management : connaître les réseaux sociaux et bien gérer sa page Facebook professionnelle, son compte Instagram, optimiser son utilisation Twitter, LinkedIn, Pinterest, bien gérer sa chaîne You Tube.

Travailler la modération sur les réseaux sociaux.

Maîtriser les outils de gestion des réseaux sociaux.

Mesure de la performance

**Module 11 - Soft skills et travail en équipe : 7 heures**

Maîtrise du Temps Modèle tuckman pour le team Building



### **Module 12 – Module Marketing : 14 heures**

Connaissance du modèle économique d'une entreprise

Marketing stratégique

Réaliser une étude de marché

Identifier les cibles

Définir les solutions adaptées aux besoins d'un client et à ses objectifs

### **Module 13 - E-Marketing d'entreprise : 14 heures**

Concevoir une stratégie webmarketing 360

SEA – Acquisition : référencement payant, Comprendre son modèle économique digital

Définir ses objectifs digitaux et choisir les leviers e-marketing adaptés pour les atteindre.

Gérer et optimiser des campagnes Search et Social Ads : Google Ads, Facebook Ads,

LinkedIn, YouTube.

Branding : choisir les bons leviers et les déployer (Youtube, Programmatique, Content Marketing, Display...)

Mais également les clés de réussite en affiliation et sur les leviers spécialisés  
Programme de fidélisation PRM et CRM : réussir ses e-mailings, optimiser la délivrabilité

Développer sa stratégie digitale avec la data Analytics : suivre ses performances, analyser et Adapter sa stratégie, présenter des résultats digitaux

### **Module 14 - Référencement web : 28 heures**

Connaissance du fonctionnement des moteurs de recherche (Google)

Connaître des bases du SEO techniques (accessibilité & interprétation moteur)

SEO référencement naturel : fonctionnement et critères techniques des moteurs de Recherches, audit lexical, Netlinking

Analytics et data visualisation : Identification des KPIs en fonction du site du marché, Comparer les différentes méthodes

Bases de la web analyse, Comprendre Google Analytics et des alternatives

Stratégie de référencement Acquisition SEO

Identifier les recherches de sa cible

Conception de structures de sites optimisées

SEO éditorial : Stratégie de contenu & rédaction optimisée SEO

Netlinking : Analyse & optimisation d'un profil de liens



### **Module 15- ETUDE DE CAS : 70 heures**

En mode projet Réalisation d'un projet de transformation digitale d'un Client.

Les stagiaires sont invités à réaliser un projet en équipe.

Cette phase permet de mettre en application l'ensemble des apprentissages.

Les stagiaires sont invités à présenter leur réalisation devant un jury de professionnels (Avec démonstration et présentation).

Ce travail permet de mesurer la capacité à présenter l'ensemble des étapes du projet de transition

Numériques, argumenter les choix techniques, synthétiser, recommander.

### **Module 16 - ANGLAIS : 28 heures**

Mise à niveau - Méthode GO IT

### **Module 17 –Jury de fin de stage 7 heures**

## **LIEUX DE REALISATION :**

Site de Nation 75011 Paris