

Chef de projet digital



MPGP-2 9 Jours (63 Heures)

Description

Le chef de projet digital doit prendre en charge de nombreux aspects, comme budget prévisionnel, cahier des charges, planning de réalisation, appels d'offres, négociations, mise en œuvre et tests... Cette formation vous permettra d'acquérir une réelle dimension de chef de projet digital. Tout au long du cycle, les participants sont invités à partager leurs expériences, créant ainsi une émulation au sein de la promotion.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Chef de projet digital. Chef de projet Web. Chef de projet mobile. Toute personne ayant à gérer l'intégralité d'un projet digital.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Savoir conduire un projet et comprendre les particularités de la conduite d'un projet Web, mobile, ou objet connecté.
- S'appropriier le langage et les bases de la technologie.
- Savoir rédiger un cahier des charges et un appel d'offres.
- Acquérir les clés pour piloter et manager le projet digital.

Programme de la formation

Le champ d'application du projet digital

- La digitalisation portée par la révolution technologique.
- Une évolution de la relation client et l'approche omnicanal (site web, médias sociaux, équipements mobiles, etc.).
- Appréhender l'évolution du monde de l'entreprise pour mener un projet digital interne : les modèles d'organisation et le management au coeur de la transformation digitale ; les nouveaux usages (collaboratif, intelligence collective, BYOD...) ; le collaborateur numérique (digital Workplace).
- L'analyse de risques d'un projet digital.

Devenir chef de projet digital

- Les fondamentaux de la conduite de projets digitaux : méthodologie du cycle en V ; limites et avantages.
- L'apport des méthodes agiles : le manifeste Agile et ses principes ; les principales méthodologies Agiles (Scrum, XP, RAD...) ; adapter l'agilité à son contexte.
- L'éco-système du Web et ses nouveaux métiers.
- Les acteurs d'un projet Digital.
- Les missions et responsabilités du chef de projet Digital : les compétences ; le pilotage : délais, coûts, qualité ; les phases d'un projet Digital.

Clarifier le rôle de la technologie

- Le mouvement Devops.
- Les fondamentaux du Web et ses langages : les architectures de sites Web ; la stratégie mobile.
- L'évolution des équipements mobiles : application mobile, WebApp et Site Responsive Web Design ; les CMS et Workflow de traitement de l'information.
- Anticiper le Big Data : les outils collaboratifs ; la co-crédation de contenu et le mode wiki ; les outils de gestion projet collaboratif ; le choix d'un Réseau Social d'Entreprise.
- La stratégie d'intégration dans le Système d'Information : approche open source ou propriétaire ; couplage avec les applications métier ou back-office (CRM, ERP, Infocentre) ; mode d'hébergement interne ou externe (SaaS et Cloud).
- La sécurité d'une entreprise digitale.

Définir l'objectif du projet digital

- Définir la vocation et la cible du site, de l'application ou de l'objet connecté.
- Intégrer le projet dans la stratégie de l'entreprise.
- Identifier les acteurs internes et l'impact organisationnel.
- Problématiques de propriété intellectuelle des contenus.
- Établir les critères de succès et définir les indicateurs de calcul du ROI.

Rédiger le cahier des charges

- Le rôle de l'assistance à maîtrise d'ouvrage (AMOA).
- Modélisation et méthode d'analyse.
- Partir de l'expression de besoins : analyse du besoin par les processus, les objets métier et cas d'utilisation ; mener les ateliers de récolte des besoins.
- Structurer le cahier des charges : exigences fonctionnelles, techniques et opérationnelles ; maintenance et support ; le Plan d'Assurance Qualité ; distinguer les rubriques indispensables des prestations complémentaires.
- La planification : les outils de planification (diagramme de Gant) ; lotissement pour éviter l'effet tunnel ; mode régie et/ou forfait.

Réaliser l'appel d'offres

- Contraintes des marchés publics.
- Sélection des prestataires.
- Publication de l'appel d'offres.
- Comprendre les propositions : grille d'analyse des réponses ; la soutenance en 'short-list' ; la négociation financière.
- Le choix du prestataire et le contrat.
- L'approche budgétaire.

Encadrer l'équipe et piloter le projet digital

- Des projets pluridisciplinaires.
- Piloter l'activité digitale (KPI, TdB...).
- Les bases de la gestion de projets : conduite de réunion ; animation d'atelier et brainstorming ; outils de suivi : compte-rendu, suivi des actions, affectation des tâches, avancement, le Kanban en agile (Scrum), gestion des risques ; comité de pilotage, reporting.
- Constitution de l'équipe projet et définition des rôles (mode traditionnel ou agile).
- Développer les compétences de son équipe.
- Animer l'équipe interne.
- Travailler avec des prestataires.

Spécifications, réalisation, recette et déploiement du livrable

- Les spécifications : fonctionnelles (méthodes de modélisation) ; ergonomiques (storyboard, UX, maquettage) ; techniques (le développement) ; définition d'un Backlog, des User Story et critères d'acceptation en agile (scrum).
- Fourniture des livrables et services faits.
- Les types de documentation.
- Déploiement et paramétrage du site.
- Recette : phases de restitution en agile (Scrum) ; tests unitaires, recette usine, recette technique, recette fonctionnelle ; le cahier et PV de recette ; l'application de gestion des anomalies.
- Les tests de charge, déploiement et ouverture du site.

Faire vivre le projet

- Faire vivre le projet au quotidien.
- Évaluer les coûts de fonctionnement.
- La maintenance corrective et évolutive.
- Distribuer l'information, publier les documents : circuit de validation, Workflow ; sources documentaires internes et externes.