

Eligible CPF

Bac+3

100% en ligne



**Durée estimée\*:**

450h  
10 mois



**Tarif pour les particuliers :**

5 390 € TTC



**Lieu :**

100% en ligne



**Démarrage :**

À tout moment de l'année



**Certification :**

Titre RNCP  
Niveau 6  
(Bac+3)



**Crédits ECTS :**

60

En partenariat académique avec  Digital Campus

Cette formation vous apporte un panorama complet des **enjeux de la communication d'influence et du marketing**. Vous apprendrez à concevoir des dispositifs digitaux dans un objectif de notoriété, de promotion et de développement d'une marque.

**Vous serez capable de :**

- Développer une stratégie de communication digitale
- Définir le projet digital
- Concevoir et produire le projet digital
- Déployer une stratégie marketing digital
- Piloter le projet digital
- Gérer la performance et la conformité de la solution digitale

**Vous obtiendrez à l'issue de la formation : ?**



**Titre RNCP**



Certification professionnelle "Chef de projet digital", de niveau 6 délivrée par ECAD CONSULTANTS, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est enregistrée au RNCP sous le code 39602 par décision de France Compétences le 01/10/24, NSF 326



**Diplôme**

**studi**

&



Diplôme Responsable de projet marketing d'influence délivré par Studi en partenariat avec Digital Campus



**60 crédits ECTS**

Les ECTS (Système européen de transfert et d'accumulation de crédits) permettent de reconnaître les diplômes dans tous les pays de l'Union européenne.

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Le Diplôme Studi est un Diplôme d'école, il ne s'agit pas d'un Diplôme d'Etat, d'un Titre RNCP ou d'un Titre Professionnel reconnu par l'Etat.

**Inclus dans votre formation :**

- Cours écrits et vidéos à la demande
- Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles<sup>(2)</sup> en direct et replay
- Accompagnement et suivi pédagogique
- Projets professionnels
- Coaching carrière
- Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)
- Frais de dossier et d'inscription<sup>(1)</sup>
- Garantie Diplômé ou Remboursé<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> Hors Diplômes d'État et préparation aux concours.

<sup>(2)</sup> Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

<sup>(3)</sup> Voir les **CGV Studi**

\*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.

\*\* Voir les CGV Studi

# Programme détaillé

## Définir le projet digital

---

### Réaliser une veille stratégique

- La démarche de veille
- La veille concurrentielle et sectorielle
- Les autres types de veille
- La veille et l'innovation
- Rechercher des informations en ligne
- Utiliser efficacement les moteurs de recherche
- S'informer à travers les réseaux professionnels
- Évaluer la fiabilité des sources numériques
- Organiser et stocker les informations collectées
- Les matrices de veille

### Analyser les besoins du client

- Le recueil et l'analyse des besoins
- Le recueil et la synthèse des besoins
- Décrypter un cahier des charges
- Analyse des risques d'un projet
- Le brief digital
- La conception de la solution grâce au Design Thinking
- Animer des réunions structurées
- Les techniques de créativité
- Organiser une session d'idéation pour optimiser ses retombées

### Cadrer le périmètre du projet

- Définir la solution et le projet cibles
- Définir les objectifs et faire valider l'opportunité du projet
- Le choix technologique de la solution
- La validation de la solution
- Le rôle de la note de cadrage
- L'étude de faisabilité
- L'écosystème d'un projet digital
- Des présentations de résultats impactantes

## Concevoir et produire le projet digital

---

### Définir le cahier des charges du projet digital

- Introduction au cahier des charges
- La structure d'un cahier des charges
- Focus sur le recueil du besoin client
- Rôles et responsabilités
- Les biais dans la phase de recueil du besoin client
- Les types de maintenance
- L'utilisation des éléments visuels
- Gestion de la communication et de la documentation
- Le diagramme de Gantt
- Les outils de gestion de projets digitaux
- L'évaluation des risques dans un projet digital

### Définir ses Buyer Personas

- La création des personas
- Atelier créer votre persona
- L'historique, la typologie et la création de personas

### Créer un parcours transactionnel fluide

- Comprendre le parcours transactionnel
- Comprendre l'expérience utilisateur (UX)
- Conception mobile-first et expérience multi-appareils
- Planification et optimisation du parcours utilisateur
- Les appels à l'action (CTA)
- Analyse de la performance et optimisation avec Google Analytics
- La sécurité des données et la politique de confidentialité
- Tests utilisateurs et feedbacks pour l'optimisation

### Maquetter une application avec Figma

- Introduction aux concepts UX (versus UI)
- Prendre en main Figma et son interface
- Importer et exporter des fichiers sur Figma
- Créer des composants sur Figma
- Utiliser les composants animés sur Figma
- Créer un design responsive sur Figma
- Créer un prototype, le partager et l'exporter avec Figma
- Prendre en compte l'accessibilité visuelle sur Figma
- Collaborer avec Figma

## Déployer une stratégie marketing digital

---

### Réaliser un diagnostic de la présence digitale de l'entreprise

- Les fondamentaux de la stratégie d'entreprise
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale de l'entreprise
- L'analyse et le diagnostic stratégique
- Les étapes et enjeux d'un diagnostic de positionnement de l'entreprise
- Les outils du positionnement
- L'étude de marché
- Le benchmark digital
- Les fondamentaux d'une proposition de valeur
- Les objectifs d'une proposition de valeur

### Elaborer une stratégie marketing globale

- On-boarding - Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Introduction aux leviers et outils de marketing digital
- Développer une stratégie marketing digitale globale
- Vue d'ensemble du SEO
- Vue d'ensemble du SEA
- Planification des actions marketing

- Utilisation de Google Analytics
- Chiffrer le déploiement de la stratégie
- Projeter un objectif de ROI
- Optimisation continue de la stratégie
- Analyse de la concurrence
- Marketing de contenu
- Gestion des réseaux sociaux
- Off-boarding - Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Auto-évaluation - Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Application - Élaborer une stratégie marketing digitale globale

### Piloter les campagnes publicitaires digitales

- Onboarding - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Introduction à la publicité digitale
- Analyse du marché pour les campagnes publicitaires digitales
- Comportement des consommateurs en ligne
- Définition des persona et segments d'audience cible
- Objectifs des campagnes publicitaires online
- Sélection des canaux et formats publicitaires
- L'art du copywriting et de la création de visuels efficaces
- Paramétrage et gestion d'une campagne publicitaire
- Création et gestion d'une campagne sur Meta
- Zoom sur l'optimisation des performances des campagnes
- Offboarding - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Auto-évaluation - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Application - Piloter les campagnes publicitaires digitales

### Analyser les données de performance marketing digital

- Evaluer les facteurs clés de succès
- La mesure et l'évaluation des actions marketing
- La mise en place d'un tableau de bord et le suivi des KPI
- La construction d'un tableau de bord opérationnel
- Les tendances de l'évaluation marketing
- Présentation de Google Analytics 4

## Piloter le projet digital

### Elaborer le plan de pilotage du projet digital

- On-boarding - Élaborer le plan de pilotage du projet digital
- Les méthodes de gestion de projets digitaux
- Analyse des besoins et contraintes du commanditaire
- En bref : le choix de la méthode de gestion de projet
- Gestion des contraintes et des risques
- Ressources humaines et matérielles dans le plan de pilotage
- Élaboration du budget du projet
- Off-boarding - Élaborer le plan de pilotage du projet digital
- Auto-évaluation - Élaborer le plan de pilotage du projet digital
- Application - Élaborer le plan de pilotage du projet digital

### Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital

- On-boarding - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
- Les étapes de réalisation d'un projet digital
- Rédaction et transformation des User Stories et des EPIC
- Élaboration et classement du backlog
- En bref : Jira pour le suivi des sprints
- Utilisation des outils de gestion de projet digital
- En bref : Trello pour organiser et suivre les tâches du projet
- Estimation des ressources nécessaires pour chaque tâche
- Gestion des équipes et des ressources dans un projet digital
- En bref : Asana pour la gestion des équipes, de la documentation et des tâches
- Off-boarding - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
- Séquence d'auto-évaluation - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
- Application - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital

### Coordonner la mise en oeuvre du projet

- On-boarding - Coordonner la mise œuvre du projet
- Introduction aux rôles et responsabilités
- Identification et allocation des ressources
- Communication et collaboration au sein de l'équipe
- En bref : planification et suivi des itérations
- En bref : planification des livrables et réunions
- Approfondissement des méthodes agiles
- Suivi et ajustement des ressources
- Analyse des performances et actions correctives
- Gestion des risques dans un projet digital
- Off-boarding - Coordonner la mise œuvre du projet
- Auto-évaluation - Coordonner la mise œuvre du projet
- Application - Coordonner la mise œuvre du projet

### Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet

- On-boarding - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet
- Introduction à l'amélioration continue et aux indicateurs
- La pertinence des indicateurs
- Focus sur le suivi des indicateurs
- La collecte des retours
- L'analyse des retours
- Focus sur l'analyse des données
- Les revues de sprint
- Les rétrospectives de sprint
- Les tableaux de bord
- La phase de clôture du projet
- Le retour d'expérience
- Off-boarding - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet
- Auto-évaluation - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet
- Application - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet

### Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital

- On-boarding
- En bref : introduction à la législation française
- Création et utilisation d'un tableau de bord pour l'évaluation des performances
- Utilisation des outils de pilotage pour le suivi de projet
- Mise en place d'un système de communication efficace
- Gestion des connaissances et des compétences au sein de l'équipe projet
- Techniques pour améliorer l'efficacité de l'équipe projet
- Off-boarding - Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital
- Auto-évaluation - Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital
- Application - Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital

## Gérer la performance et la conformité de la solution digitale

### Évaluer la conformité de la solution digitale

- Élaboration des cahiers de recette et DoD
- Approfondissement sur l'élaboration des cahiers de recette et DoD
- Recette fonctionnelle exhaustive
- Préparation des scénarios de recette basés sur les personas
- Utilisation des outils d'audit automatisés
- Sécurité et conformité des applications

### Collecter et analyser les données de performance

- Définition des objectifs des campagnes digitales
- Identification des données et des sources de données
- Construction des KPI pertinents
- Utilisation des outils de suivi et d'analyse
- Collecte et analyse des données
- En bref : le suivi en temps réel
- En bref : l'analyse des tendances
- Fourniture des tableaux de bord et rapports
- Optimisation des campagnes digitales

### Maintenir une solution digitale pérenne et évolutive

- Analyser les besoins techniques et les contraintes de pérennité
- En bref : proposer une solution technologique évolutive
- Concevoir un outil d'administration pour la maintenance
- Utiliser les données de suivi pour optimiser la stratégie de maintenance
- En bref : optimiser la solution digitale à travers des retours et des évolutions continues
- En bref : l'utilisation de Jira pour la maintenance
- Former le client à l'utilisation de l'outil de suivi de la maintenance

## Marketing d'influence - Développer une stratégie de communication digitale

### Élaborer un calendrier éditorial

- Comprendre la périodicité du marché
- Audit et stratégie social média
- Élaborer une ligne éditoriale et un calendrier éditorial
- Techniques avancées de gestion de contenu
- Planification et automatisation
- Outils de gestion de contenu
- Adaptation du calendrier éditorial aux imprévus
- Optimisation continue
- Utilisation des réseaux sociaux pour optimiser le calendrier éditorial

### Sélectionner des influenceurs pour les partenariats

- Définir l'audience cible et les objectifs marketing
- Critères de sélection des influenceurs
- Intérêt des partenariats avec des influenceurs
- Types d'influenceurs et types de collaborations
- Analyse des réseaux sociaux pour identifier les influenceurs
- Introduction au droit des influenceurs
- Optimiser le budget des influenceurs
- Formalisation des propositions de collaboration

### Coordonner la production de contenu digital

- Introduction à la production de contenu digital
- Storytelling et création de contenu
- Techniques avancées de storytelling
- Utilisation des outils de production de contenu
- Mise en place d'un processus de production de contenu
- Évaluation et amélioration du contenu digital
- Suivi et analyse des performances du contenu digital
- Aspects légaux de la production de contenu
- Collaboration avec les parties prenantes

### Animer une communauté sur les réseaux sociaux

- Comprendre et encourager les interactions
- En bref : gérer les interactions négatives
- Modération des contenus
- Définir des indicateurs de fidélisation
- En bref : récompenser les membres actifs
- Utiliser des outils de gestion de communauté
- Stratégies avancées de contenu
- Analyse de l'audience et segmentation
- Utilisation des outils de veille et de gestion de la réputation en ligne
- Gestion des crises sur les réseaux sociaux

# Métiers visés

- ▼ Chef / Cheffe de projet digital
- ▼ Chef / Cheffe de projet communication digitale
- ▼ Bachelor Chef de Projet Marketing d'Influence
- ▼ Product Owner
- ▼ Chef / Cheffe de projet e-commerce
- ▼ Consultant / Consultante SEO/SEA/web
- ▼ Consultant / Consultante en Marketing d'Influence

Modalités

## Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

## Conditions d'admission :

Pour entrer en formation préparant au titre visé, le candidat doit :

- Être titulaire d'une Certification de niveau 5, d'un Bac+2, d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS dans le domaine du digital, de la communication, du marketing

OU

- Être titulaire d'une Certification de niveau 5, d'un Bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...) ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée ET justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum

OU

- Être titulaire d'une Certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...) ET justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum

## Expérience professionnelle et stage :

Dans votre formation STUDI, les cours sont conçus pour vous mettre en situation professionnelle.

Ceci dit, toute expérience professionnelle, passée ou en cours, ou réalisation de stage, reste un atout pour l'obtention de votre titre.

STUDI vous conseillera selon votre situation et peut vous fournir une convention de stage.

## Examen :

**Mois d'examen :** Juin, Décembre

**Lieu :** En ligne

Pour valider le Titre, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- 1 mise en situation professionnelles ou cas pratiques par bloc (6 au total)
- 2 vidéos de présentation de l'avancement de votre projet

## Certification :

Certification : Certification professionnelle "Chef de projet digital", de niveau 6 délivrée par ECAD CONSULTANTS, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est

enregistrée au RNCP sous le code 39602 par décision de France Compétences le 01/10/24, NSF 326

Certificateur : ECAD CONSULTANTS

**Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences**

### Validation par bloc de compétences :

La certification professionnelle est composée de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour l'obtention de la certification professionnelle.

Il est possible de valider un ou plusieurs des blocs de compétences. Chaque bloc peut être acquis individuellement.

La fiche RNCP accessible depuis chaque fiche formation en précise les modalités d'obtention.

Pour toute question concernant les blocs de compétence, contactez votre conseiller en formation.

Un bloc de compétence n'a pas de durée de validité, il est acquis à vie.

### Equivalences et passerelles :

"RNCP39602BC03 - Déployer une stratégie de marketing digital => RNCP38018BC03 - Déployer la stratégie webmarketing (chef de projet digital - INSTITUT EUROPEEN F 2I)

RNCP39602BC04 - Piloter un projet digital => RNCP36401BC04 - Déployer des projets interactifs multimédia, piloter des équipes et la relation client (Chef de projet multimédia - ECAD)

RNCP39602BC03 - Déployer une stratégie de marketing digital => RNCP36623BC02 - Piloter le projet digital (Chef de projet digital - Andil Campus)"

### Poursuite d'études :

Les suites de parcours accessibles une fois la certification professionnelle Chef de projet digital obtenue :

Soit intégrer directement le marché du travail

Soit poursuivre vers un MBA Chief digital officer (Titre Expert en stratégie et développement digital, ESGCV), ou un MBA Stratégie digitale (Titre Expert en stratégie et développement digital, ESGCV)

### Indicateurs de performance :

- **Taux d'emploi** : 74%<sup>(1)</sup>
- **Taux de réussite** : 71%<sup>(2)</sup>
- **Taux de satisfaction lié aux cours** : 88%<sup>(3)</sup>
- **Taux de satisfaction générale** : 75%<sup>(4)</sup>

(1) Pourcentage des apprenants ayant trouvé un emploi dans les 6 mois suivant la fin de leur formation, toutes promotions confondues, selon les réponses issues des enquêtes d'insertion.(2) Pourcentage des apprenants ayant obtenu, complètement ou partiellement, leur diplôme, toutes promotions confondues.(3) Taux de satisfaction calculé à partir des notes (sur 5) attribuées par les apprenants ayant terminé et évalué chaque module de cours entre 2020 et 2024. Le taux reflète la moyenne de ces notes, convertie en pourcentage.(4) Taux moyen de satisfaction globale, tous publics confondus, calculé à l'issue de chaque collecte trimestrielle des retours exprimés par les apprenants via le LMS, depuis septembre 2023 ou depuis l'ouverture de la formation pour celles lancées après cette date.

# Déroulement et accompagnement des formations

## Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

## Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

**Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.**

## Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via [handicap@studi.fr](mailto:handicap@studi.fr)