Piloter un projet digital de A à Z

Cette formation permet d'acquérir les compétences clés pour concevoir, structurer et piloter un projet digital dans un environnement professionnel. Elle offre une vision globale du rôle de chef de projet digital, à l'intersection du marketing, de la technique et de la coordination d'équipe. L'objectif est de maîtriser les différentes étapes d'un projet, de sa conception à son déploiement, tout en garantissant sa performance et sa cohérence stratégique.

COURS PRATIQUE	PRIX 2026/27
de 2 à 4 jours	À partir de **1 590 € HT**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Démonstrations en direct, ateliers pratiques, études de cas en lien avec les situations réelles des participants.
PARTICIPANTS	Cette formation s'adresse aux chefs de projet débutants, responsables marketing ou communication, entrepreneurs, managers, consultants, collaborateurs impliqués dans des projets digitaux ainsi qu'à toute personne souhaitant piloter efficacement un projet numérique de sa conception à son déploiement.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les intervenants sont des professionnels expérimentés, alliant expertise terrain et maîtrise des pratiques pédagogiques. Ils accompagnent régulièrement des équipes en entreprise et adaptent leurs interventions aux réalités opérationnelles des participants. Leur approche repose sur le partage d'expérience, des cas concrets et une forte orientation résultats.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	L'acquisition des compétences est appréciée tout au long du parcours à travers des mises en situation, des exercices pratiques et des échanges avec le formateur. Un positionnement en début de formation permet d'identifier les attentes, tandis qu'un bilan en fin de parcours vient mesurer les progrès réalisés et les axes de développement.
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES	La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail. En cas de problème de connexion pour vos formations à distance, merci de contacter votre référent M. Galdemar : baptistegaldemar@formeaformation.com
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée au plus tard 24 heures avant le début de la formation. La formation est accessible pendant une durée de deux mois à compter de l'inscription du candidat.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez directement M. Galdemar, référent handicap, à l'adresse suivante contact@formeaformation.com pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité. En cas de problème technique, veuillez contacter M. Galdemar au 06 86 75 86 50.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Définir les objectifs et le cadrage d'un projet digital
- Structurer un projet et coordonner les parties prenantes
- Piloter les différentes étapes de production
- Utiliser des outils de gestion de projet
- Analyser les résultats et optimiser les actions

LE PROGRAMME

1

Cadrer et définir un projet digital

- Analyser le besoin et les enjeux du projet
- Identifier les objectifs et les cibles
- Réaliser une veille concurrentielle et sectorielle
- Définir les indicateurs de réussite

Cas pratique : construction d'un brief projet.

2

Structurer et planifier le projet

- Élaborer un cahier des charges
- Définir les étapes et les livrables
- Planifier les ressources et les délais
- Choisir une méthodologie adaptée (Agile, cycle en V...)

Mise en situation : création d'un planning projet.

3

Piloter la production digitale

- Coordonner les équipes (marketing, technique, design)
- Suivre l'avancement du projet
- Gérer les imprévus et ajuster les actions
- Assurer la qualité des livrables

Cas pratique : simulation de pilotage projet.

4

Déployer une stratégie digitale

- Intégrer le projet dans une stratégie marketing globale
- Optimiser l'expérience utilisateur (UX)
- Mettre en place des actions digitales (SEO, contenu, campagnes)
- Assurer la cohérence des supports

Mise en situation : définition d'un plan d'action digital.

5

Suivre la performance et optimiser

- Définir les KPI du projet
- Analyser les données et les résultats
- Identifier les axes d'amélioration
- Mettre en place une démarche d'optimisation continue

Cas pratique : analyse de performance et recommandations.