



**Ecole Européenne des Métiers de l'Internet**

Palais Brongniart, 28 place de la Bourse, 75002 Paris

+33 1 45 56 15 61

[contact@eemi.com](mailto:contact@eemi.com)

## Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation liées à la certification professionnelle de **Chef.fe de Projets Digitaux**



REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A1 Analyse et cadrage d'un projet digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse de l'environnement du projet digital</li> <li>- Réalisation d'une veille multicritère en lien avec le domaine du digital</li> <li>- Prospection et gestion de l'avant-vente</li> <li>- Evaluation et gestion des risques du projet digital</li> <li>- Rédaction du cahier des charges du projet digital</li> <li>- Planification du projet digital</li> <li>- Négociation, argumentation de solutions techniques digitales</li> <li>- Audit d'un projet digital</li> </ul>	<p>C1.1 <b>Analyser</b> l'environnement interne et externe lié au projet digital afin de prendre en compte dès sa conception tous les éléments pouvant influencer son succès.</p> <p>C1.2 <b>Réaliser</b> une veille (concurrentielle, réputationnelle, juridique, technique, technologique, artistique) pour proposer les conseils adaptés à l'environnement et au projet digital du client.</p> <p>C1.3 <b>Prospecter et gérer</b> l'avant-vente afin d'assurer un niveau d'activité régulier à son équipe/entreprise tout au long de l'année, à travers des réponses à appels d'offres, identification de besoins.</p> <p>C1.4 <b>Évaluer et gérer</b> les risques du projet digital afin de disposer d'une cartographie des risques et/ou des événements indésirables pour les anticiper, les éviter et/ou proposer des actions préventives et correctives adaptées.</p> <p>C1.5 <b>Identifier, analyser et interpréter</b> les besoins du client grâce aux techniques d'entretien et de reformulation pour en déduire la stratégie à mettre en œuvre ainsi que la solution digitale adaptée, en prenant en compte les technologies digitales à disposition et les cibles visées.</p> <p>C1.6 <b>Rédiger</b> le cahier des charges et les spécifications fonctionnelles et techniques d'un projet digital afin de déterminer avec le client les éléments conceptuels essentiels du projet digital.</p> <p>C1.7 <b>Planifier</b> les différentes phases du projet digital, évaluer les besoins humains, les besoins matériels et immatériels nécessaires à la mise en œuvre du projet, fixer les délais de livraison et proposer des livrables afin de maîtriser l'ensemble du cycle de vie du projet digital et rationaliser les budgets, en amont de la réalisation.</p> <p>C1.8 <b>Négocier et argumenter</b> les propositions techniques chiffrées auprès d'un commanditaire, grâce à la maîtrise des techniques oratoires, afin de garantir l'adhésion du commanditaire au projet le plus adapté.</p> <p>C1.9 <b>Auditer</b> au niveau managérial, fonctionnel ou technique un projet digital afin d'en mesurer la performance, et proposer des axes d'amélioration ou de correction au client.</p>	<p><b>Compétences évaluées :</b> <b>C1.1/C1.2/C1.3/C1.4/C1.5/C1.6/C1.7/C1.8 /C1.9</b></p> <p><b>Type :</b> Mise en situation professionnelle reconstituée lors d'un workshop ou hackathon d'une durée de 2 à 5 jours consécutifs</p> <p><b>Modalités :</b> 1) A partir d'un brief oral client, d'un appel d'offres ou d'une étude de cas, l'équipe de candidat (3 à 6 personnes) formalise par écrit et présente à l'oral un cahier des charges devant le jury comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Positionnement du client/de la marque et identification du besoin et des cibles</li> <li>- Définition du périmètre et des limites du projet</li> <li>- Contraintes et obligations connues</li> <li>- Les enjeux économiques et/ou création de valeur</li> <li>- Les objectifs quantifiés</li> <li>- Risques et opportunités identifiés</li> <li>- Moyens nécessaires et coût global du projet - Planification / rétro-planning</li> </ul> <p>2) Puis l'équipe réalise le prototype de la solution retenue, la présente et l'argumente en équipe devant le jury. L'équipe réalise un audit servant l'analyse critique, sur son propre projet</p>	<p>Le candidat met en avant sa compréhension de l'environnement du projet et la traduit au travers de son analyse.</p> <p>Le candidat garantit la complétude des éléments structurants du cahier des charges.</p> <p>Le candidat prend en compte l'ensemble des contraintes dans ses propositions.</p> <p>Le candidat argumente de manière claire structurée et concise</p>

<p><b>A2 Pilotage et gestion du projet digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en œuvre d'un projet digital</li> <li>- Etablissement du budget du projet digital</li> <li>- Management des ressources du projet digital</li> <li>- Conduite des réunions du projet digital</li> <li>- Gestion d'équipe en situation normale et en situation de crise</li> <li>- Accompagnement du changement dans le cadre du déploiement du projet digital</li> </ul>	<p><b>C2.1 Mettre en œuvre</b> un projet digital en tant que MOA / MOE afin de distinguer les rôles et responsabilités de chacun dans le pilotage/exécution d'un projet digital.</p> <p><b>C2.2 Concevoir et optimiser</b> un budget dès la conception du projet mais aussi en cas d'événements indésirables afin de maintenir des coûts de réalisation acceptables.</p> <p><b>C2.3 Evaluer et manager</b> les ressources humaines, techniques et financières du projet digital afin de couvrir les besoins en compétences et en ressources matérielles sur l'ensemble du projet pour optimiser la productivité et le budget.</p> <p><b>C2.4 Conduire</b> des réunions afin de partager l'information ascendante, descendante, recueillir et diffuser les réflexions, ajustements et avancements de chaque étape auprès des bons interlocuteurs.</p> <p><b>C2.5 Générer</b> l'engagement de son équipe grâce à la maîtrise des techniques de management pour garantir son adhésion et réduire le risque de crise interne ou externe.</p> <p><b>C2.6 Accompagner</b> le changement chez les utilisateurs finaux du service ou du produit digital afin d'en garantir l'utilisation et optimiser le retour sur investissement.</p>	<p><b>Compétences évaluées :</b> <b>C2.1/C2.2/C2.3/C2.4/C2.5/C2.6</b></p> <p><b>Type :</b> Mise en situation professionnelle reconstituée lors d'un workshop d'une durée de 2 à 5 jours consécutifs</p> <p><b>Modalités :</b> à partir d'une note de cadrage, d'un cahier des charges prédéfini, l'équipe de candidat (3 à 6 personnes) formalise par écrit les documents suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventilation des rôles de chaque équipier</li> <li>- Découpage du projet en différentes itérations courtes (sprint)</li> <li>- Compte-rendu de réunions (daily meeting et rétrospective)</li> <li>- Spécifications fonctionnelles et techniques détaillées</li> <li>- Compte-rendu d'audit technique ou fonctionnel (tests unitaires et recettages)</li> <li>- Un chiffrage associé avec imputation des dépenses</li> </ul>	<p>Le candidat pilote l'équipe et facilite les interactions entre les parties prenantes de niveau différent, en appliquant les méthodes de management adaptées.</p> <p>Le candidat rationalise les ressources humaines et budgétaires.</p> <p>Le candidat réalise les documents fonctionnels et techniques clairs, adaptés aux parties prenantes.</p> <p>Le candidat propose un plan d'actions permettant de générer l'adhésion des parties prenantes</p> <p>Le candidat accompagne le changement chez les utilisateurs finaux</p>
--	---	---	--

<p><b><u>A3 Conception de la stratégie de communication digitale</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conception ou contribution (selon la taille de la structure) à la stratégie de communication digitale</li> <li>- Mise en œuvre opérationnelle de la stratégie de communication digitale</li> <li>- Création de supports de communication techniques et/ou fonctionnels pour le produit/service digital</li> <li>- Evaluation de l'efficacité des actions de communication digitale</li> <li>- Réalisation du reporting concernant la stratégie de communication digitale</li> </ul>	<p>C3.1 <b>Concevoir</b> ou contribuer avec les parties prenantes à la conception de la stratégie de communication digitale, afin de formaliser les objectifs de communication, définir les moyens d'atteindre les cibles internes et/ou externes et en évaluer l'efficacité.</p> <p>C3.2 <b>Elaborer</b> une charte éditoriale digitale, afin de favoriser l'élaboration de contenus homogènes et conformes.</p> <p>C3.3 <b>Traduire et décliner</b> en plan d'actions, la stratégie de communication digitale aux parties prenantes afin de favoriser sa mise en œuvre opérationnelle.</p> <p>C3.4 <b>Rédiger</b> des contenus éditoriaux et les publier, afin d'optimiser la communication digitale.</p> <p>C3.5 <b>Réaliser et superviser</b> les actions de référencement (SEO, SEA, SMO, etc), afin de développer le positionnement web.</p> <p>C3.6 <b>Créer</b> un support technique et/ou fonctionnel pour répondre par anticipation aux questions des utilisateurs finaux et faciliter leur habitude au nouveau produit, service digital.</p> <p>C3.7 <b>Réaliser et analyser</b> les mesures d'audience pour évaluer l'efficacité des actions de communication réalisées.</p> <p>C3.8 <b>Réaliser</b> des reportings ascendants et descendants efficaces, auprès des parties prenantes du projet de communication digitale afin de les informer de l'état d'avancement du projet.</p>	<p><b>Compétences évaluées :</b> <b>C3.1/C3.2/C3.3/C3.4/C3.5/C3.6/C3.7/C3.8</b></p> <p><b>Type :</b> Rapport de mission et soutenance orale suite à une mise en situation professionnelle réelle en entreprise (stage ou alternance)</p> <p><b>Modalités :</b> 1) le.a candidat.e formalise à l'écrit un rapport de mission en entreprise, évalué par le jury. Il comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse de l'environnement interne et externe de l'organisation</li> <li>- Définition du périmètre d'action et du positionnement du candidat.e dans l'organigramme</li> <li>- Définition d'une problématique nécessitant une solution digitale</li> <li>- Conceptualisation et argumentation de plusieurs scénarii ou stratégies de communication digitale proposés à la hiérarchie</li> <li>- Planification des actions de communication digitale à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs fixés</li> <li>- Définition des indicateurs de performance de la solution choisie par la hiérarchie</li> <li>- Evaluation et prise de recul sur le projet de communication digitale et la posture professionnelle du candidat.e</li> </ul> <p>2) puis le.a candidat.e réalise une soutenance orale de son rapport face au jury sur ces mêmes points</p>	<p>Le candidat prend en compte les aspects stratégiques dans ses choix et décisions.</p> <p>Le candidat argumente et structure ses propos et résultats auprès des parties prenantes au projet digital en s'appuyant sur des supports visuels clairs, explicites et pertinents.</p> <p>Le candidat priorise ses actions et les met en œuvre sur les canaux et avec les outils les plus adaptés selon les objectifs prédéfinis.</p>
---	--	---	---

<p><b><u>A4 Conception et développement d'une solution digitale</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de la politique d'accès aux données stockées</li> <li>- Prototypage interactif des cas d'utilisation et différents parcours utilisateurs</li> <li>- Développement et optimisation de solution digitale sur mesure</li> <li>- Implémentation d'une interface graphique</li> <li>- Implémentation d'une interface de programmation / API</li> <li>- Conception de l'architecture d'une base de données</li> <li>- Développement de fonctionnalités back-end</li> <li>- Choix et paramétrage de la solution d'hébergement</li> <li>- Mise en place d'outils de collaboration et de versionning pour l'équipe de développement</li> <li>- Réalisation d'audit technique et test unitaire</li> </ul>	<p><b>C4.1 Définir</b> les conditions d'accès aux données stockées dans une base de données afin de les faire appliquer, garantir leur intégrité et respecter les consignes réglementaires et légales (RGPD et CNIL).</p> <p><b>C4.2 Identifier</b> les cas d'utilisation, les différents parcours utilisateurs, afin de <b>modéliser</b> et <b>réaliser</b> une maquette interactive (prototype) d'une solution digitale (site et application web, mobile...) et ainsi valider la faisabilité des choix initiaux du client.</p> <p><b>C4.3 Réaliser et développer</b> une solution digitale sur mesure (site et application web, mobile, etc) en tenant compte des contraintes d'infrastructures, de systèmes et réseaux afin de créer les fonctionnalités attendues et optimiser leur fonctionnement.</p> <p><b>C4.4 Implémenter</b> une interface graphique (front-end) afin de respecter les attentes des utilisateurs selon les bonnes pratiques du design.</p> <p><b>C4.5 Implémenter</b> une API avec différents langages de programmation (PHP, nodejs, swift / kotlin, Ruby, Python, Go) afin d'accéder aux données stockées en base de données.</p> <p><b>C4.6 Concevoir et modéliser</b> une architecture de base de données afin d'optimiser les méthodes d'accès à celles-ci et réduire le temps d'accès à l'information.</p> <p><b>C4.7 Développer</b> les fonctionnalités exécutées en arrière plan d'une solution digitale (back-end) afin de rendre fonctionnels les différents cas d'utilisation prédéfinis.</p> <p><b>C4.8 Choisir</b> le type d'hébergement, configurer l'environnement serveur et mettre en production une solution digitale (site, application web ou mobile) afin de rendre la solution disponible.</p> <p><b>C4.9 Mettre en place</b> les outils de collaboration et de versionning pour l'équipe de développement afin de faciliter la communication et l'arbitrage dans l'évolution du code durant chaque étape du cycle de développement d'un projet digital.</p> <p><b>C4.10 Analyser</b> un service ou produit digital (application, logiciel, base de données etc) au niveau technique (choix du langage, encodage, stockage, récupération des données, et bonnes pratiques de codage), afin de corriger les erreurs ou effets indésirables et ainsi en optimiser le fonctionnement.</p>	<p><b>Compétences évaluées :</b> <b>C4.1/C4.2/C4.3/C4.4/C4.5/C4.6/C4.7/C4.8 /C4.9/C4.10</b></p> <p><b>Type :</b> Mises en situations professionnelles simulées</p> <p><b>Modalités :</b> durant une ou plusieurs itérations, le.a candidate au travers d'une réponse à un appel d'offres pour la création d'un site, d'une application web ou mobile complexe devra réaliser une solution adaptée à la problématique et fournir les documents techniques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La politique de gestion des données</li> <li>- Une modélisation de la base de données</li> <li>- Des spécifications fonctionnelles détaillées</li> <li>- Des spécifications techniques détaillées</li> <li>- Les fichiers de paramétrage de l'environnement de production ou la machine virtuelle de production</li> <li>- Un ensemble de tests unitaires et/ou un plan de recette</li> <li>- Un lien ou une archive permettant d'accéder à l'ensemble des sources du projet organisées et versionnées</li> <li>- Une intégration fonctionnelle de la partie design</li> <li>- Le code (développement) de l'ensemble des fonctionnalités clés attendues</li> </ul>	<p>Le candidat analyse et décide des outils, moyens et paramétrages à mettre en œuvre - sur la base de justifications techniques solides pour atteindre le fonctionnement ciblé.</p> <p>Le candidat développe et implémente les fonctionnalités d'un site ou d'une application mobile, en respectant les contraintes et les standards de développement..</p> <p>Le candidat formalise et informe les parties prenantes de manière claire et structurée en adaptant son niveau de langage technique à son interlocuteur</p> <p><b><u>OPTION WEB DEVELOPMENT</u></b></p>
---	--	---	--



<p><b>A5 Conception et optimisation de l'expérience client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de la stratégie de positionnement digital de l'entreprise</li> <li>- Conception de tableaux d'aide à la prise de décision</li> <li>- Elaboration d'une stratégie de marque</li> <li>- Elaboration d'un plan marketing opérationnel</li> <li>- Optimisation des actions commerciales via l'utilisation des outils et techniques de la relation client</li> <li>- Optimisation de la stratégie de positionnement digital de l'entreprise</li> <li>- Optimisation des parcours utilisateurs</li> <li>- Création et paramétrage d'une campagne d'e-mailing via une application tierce</li> <li>- Proposition de création de valeur digitale via l'innovation</li> <li>- Réalisation d'audit technique</li> </ul>	<p>C5.1 Appliquer les méthodes d'analyses stratégiques et de benchmark sectoriel (marché, concurrence, canaux de visibilité et de transformation...) afin de faciliter la prise de décision dans la stratégie de positionnement digital de l'entreprise.</p> <p>C5.2 Concevoir un tableau de bord de visualisation des données (datavisualisation) afin de l'analyser, en tirer des statistiques quantitatives et qualitatives, fixer des objectifs de visibilité, de captation, de transformation et de fidélisation client et définir des indicateurs de performance.</p> <p>C5.3 Elaborer une stratégie de programme de marque (brand content) respectant un calendrier éditorial prédéfini afin d'améliorer la visibilité et la présence de la marque sur les supports digitaux.</p> <p>C5.4 Etablir un plan marketing opérationnel afin de définir les actions à mener et les faire respecter, ainsi que les objectifs commerciaux à atteindre et les moyens d'y parvenir.</p> <p>C5.5 Appliquer les outils et techniques de gestion de la relation client (CRM, GRC...) afin de récolter, capter des données congruentes avec le suivi et l'optimisation des actions commerciales.</p> <p>C5.6 Analyser les leviers digitaux : payants (SEA, Display, affiliation) ; utilisateurs (influenceurs, réseaux sociaux, avis clients...) ; de la marque (SEO, SMO, outils de marketing relationnel et transactionnel) dans le cadre de l'application de la stratégie marketing digitale, afin d'accroître la visibilité du site internet, d'un produit ou service digital de la marque.</p> <p>C5.7 Utiliser les outils de modélisation et de synthèse permettant de réaliser un tunnel d'achat ou de conversion, un parcours client, un persona, afin d'analyser les comportements, besoins et la démarche des cibles.</p> <p>C5.8 Créer une campagne d'e-mailing via des applications tierces (routeurs mails de type Mailchimps) afin de la paramétrer et la personnaliser en fonction des critères de segmentation prédéfinis.</p> <p>C5.9 Animer des ateliers de brainstorming et de co-conception digitaux afin de proposer des offres et services digitaux innovants.</p> <p>C5.10 Analyser une marque, un service ou produit digital (application, logiciel, solution dématérialisée etc) au niveau technique (sémantique, réputationnel, cible) afin d'optimiser la stratégie digitale de l'entreprise et en mesurer l'impact.</p>	<p>Compétences évaluées : C5.1/C5.2/C5.3/C5.4/C5.5/C5.6/C5.7/C5.8/C5.9/C5.10</p> <p>Type : Mises en situations professionnelles simulées</p> <p>Modalités : durant une ou plusieurs itérations, le.a candidate au travers d'une réponse à un appel d'offres pour la création d'un site e-commerce, audit de référencement, une campagne d'e-mailing ou d'une stratégie de contenu digital complexe devra réaliser une solution adaptée à la problématique et fournir les documents techniques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les conditions générales de ventes et d'usages</li> <li>- Un compte rendu d'audit</li> <li>- La modélisation des tunnels ciblés</li> <li>- Un tableau synthétique de l'ensemble des KPI utilisées</li> <li>- Le contenu d'une campagne d'e-mailing</li> <li>- Un planning éditorial</li> <li>- Une stratégie d'acquisition</li> <li>- Une étude marketing concurrentielle</li> <li>- Le plan marketing opérationnel</li> <li>- Un business plan et/ou un business model</li> </ul>	<p>Le candidat détermine les objectifs, moyens et leviers nécessaires à l'optimisation de l'expérience client et à l'atteinte des objectifs commerciaux du commanditaire</p> <p>Le candidat met en oeuvre son plan d'actions et en évalue l'efficacité grâce aux indicateurs prédéfinis</p> <p>Le candidat analyse et transmet les éléments décisionnels utiles à l'aide de supports visuels clairs, attrayants, structurés aux parties prenantes</p> <p><b><u>OPTION E-BUSINESS</u></b></p>
---	---	--	--

<p><b>A6 Conception et optimisation de l'ergonomie d'une solution digitale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluation de la faisabilité du projet graphique</li> <li>- Conception des cas d'utilisation et différents parcours utilisateurs</li> <li>- Prototypage des cas d'utilisation et différents parcours utilisateurs</li> <li>- Optimisation des parcours utilisateurs</li> <li>- Création d'un Design system / kit UI</li> <li>- Conception d'animations graphiques</li> <li>- Création d'une identité graphique digitale</li> <li>- Implémentation d'une interface graphique</li> <li>- Proposition de création de valeur digitale via l'innovation</li> <li>- Réalisation d'audit technique</li> </ul>	<p><b>C6.1 Évaluer</b> la faisabilité du projet graphique afin d'identifier les axes d'amélioration et les contraintes de production.</p> <p><b>C6.2 Construire</b> l'architecture des interfaces utilisateurs afin de les prototyper et créer des parcours utilisateurs adaptés aux attentes (UX).</p> <p><b>C6.3 Prototyper</b> une solution graphique afin de simuler le fonctionnement de la solution digitale, tester la validité des choix techniques faits dans la demande initiale du client et réévaluer ces choix tout au long de la phase de conception.</p> <p><b>C6.4 Tester</b> l'ergonomie et les fonctionnalités des interfaces digitales, afin de mettre en œuvre, le cas échéant, des solutions correctives permettant d'améliorer les performances et la fluidité des parcours utilisateurs.</p> <p><b>C6.5 Produire</b> des éléments graphiques digitaux et textuels en respectant une charte graphique afin de garantir une unité graphique et un design fonctionnel du site internet, produit ou service digital (UI).</p> <p><b>C6.6 Concevoir</b> des séquences animées (motion design) à partir d'un story-board afin d'attirer l'attention des utilisateurs, augmenter leur engagement et/ou fluidifier les transitions entre différents éléments visuels d'un site internet, d'un produit ou service digital.</p> <p><b>C6.7 Concevoir et développer</b> le design d'interfaces digitales (planches tendances graphiques, maquettes et autres éléments visuels, logo, jeux d'icônes, éléments graphiques et éléments textuels) afin de créer ou renforcer l'identité graphique d'un site, d'un service ou produit digital et d'une marque.</p> <p><b>C6.8 Réaliser</b> l'intégration d'un site internet (front-end) à partir d'une maquette afin de respecter les attentes des utilisateurs selon les bonnes pratiques du développement web.</p> <p><b>C6.9 Proposer</b> des solutions nouvelles grâce aux méthodologies d'idéation et de créativité (carte heuristique, ateliers de design thinking...) afin de challenger le cahier des charges initial et le client pour lui proposer des innovations créatrices de valeur.</p> <p><b>C6.10 Analyser</b> la cohérence des éléments graphiques d'un produit ou service digital, afin de définir, optimiser ou réaliser un design system (UI), des scénari et/ou parcours utilisateurs (UX) d'un projet digital pour mieux répondre aux besoins des utilisateurs.</p>	<p><b>Compétences évaluées :</b>  <b>C6.1/C6.2/C6.3/C6.4/C6.5/C6.6/C6.7/C6.8 /C6.9/C6.10</b></p> <p><b>Type :</b> Mises en situations professionnelles simulées</p> <p><b>Modalités :</b> durant une ou plusieurs itérations, le.a candidate au travers d'une réponse à un appel d'offres pour la création d'un site, d'une application web ou mobile complexe, d'une création/refonte de charte graphique, d'une animation graphique devra réaliser une solution adaptée à la problématique et fournir les documents techniques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une planche tendance (moodboard)</li> <li>- Différents persona</li> <li>- Une charte graphique</li> <li>- Un kit d'éléments graphique (UI de type Design System)</li> <li>- L'intégration d'une landing page</li> <li>- Un parcours utilisateur</li> <li>- Une animation graphique (Motion Design)</li> <li>- Une stratégie de contenu digital</li> <li>- Un prototype interactif (inVision ou autre)</li> </ul>	<p>Le candidat traduit l'identité visuelle d'un client en tenant compte des contraintes techniques du projet digital</p> <p>Le candidat optimise l'expérience utilisateur d'un site ou d'une application mobile</p> <p>Le candidat prototype, réalise et décline les différents éléments visuels utiles au projet digital</p> <p>Le candidat évalue, analyse et améliore le taux d'engagement de l'utilisateur des sites et applications mobiles dont il a conçus le design</p> <p><b><u>OPTION INTERACTIVE DESIGN</u></b></p>
--	---	---	--