

<b>RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉ</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>		<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>		<b>REFERENTIEL D'EVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
				MODALITE D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<b>Bloc n° 1 : Elaboration de stratégies numériques</b>					
1.1	<b>Analyse de la demande et du contexte pour le futur produit ou service numérique</b>	1.1.1	<b>Analyser la marque et le secteur de l'entreprise ou organisation émettrice d'une demande de création de produit/service numérique,</b> en se documentant et en effectuant une étude de marché et une analyse concurrentielle mobilisant des outils d'analyse de marketing ou de branding (matrice SWOT, canvas de proposition de valeur, plateforme de marque, canvas de modèle économique, etc.), pour mieux cerner son besoin et le marché dans lequel elle s'inscrit, en vue de communiquer aux acteurs du projet les conclusions de cette analyse.	<b>1. Evaluation collective</b> A l'occasion du lancement d'un produit ou service numérique (que ce soit un projet commandité par une organisation tierce ou à leur initiative), l'équipe de candidats doit élaborer et présenter une <b>recommandation stratégique.</b>  La recommandation doit comprendre : - une étude de marché (et du contexte) - une expression de besoin - une formulation des objectifs, associés à des indicateurs - la description du dispositif numérique recommandé : rôle des services et produits le composant, mécanique d'évaluation de la	- Le questionnement initial est suffisamment vaste et précis pour que l'analyse permette de relever des éléments exploitables. - Les méthodes et outils de l'analyse sont maîtrisés, et les sources sont crédibles, réunissant les conditions pour que les informations réunies soient fiables. - Les éléments réunis permettent de clarifier le positionnement et l'identité de la marque, de l'entreprise ou de l'organisation sur son marché. - Les données recueillies et les enseignements sont synthétisés et communiqués de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).

		1.1.2	<p><b>Analyser les usages et enjeux de société liés au produit/service numérique à créer,</b> en se documentant (études quantitatives, recherche en sciences humaines et sociales), et en effectuant une enquête sommaire auprès d'utilisateurs potentiels (questionnaires, focus groups, etc), pour mieux comprendre le contexte dans lequel s'inscrit la demande, ses impacts potentiels, en vue de communiquer aux acteurs du projet les conclusions de cette analyse.</p>	<p>performance, principes artistiques, techniques, de conception</p> <p>Cette évaluation comporte un volet oral (évalué par un jury de professionnels en exercice), et un volet écrit (évalué par des formateurs).</p> <p><b>2. Evaluation individuelle</b></p> <p>En lien avec une situation réelle ou reconstituée, rédaction d'une <b>note réflexive</b> : le candidat doit décrire son rôle et ses apports personnels dans la recommandation stratégique, articuler les choix faits à des points théoriques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le questionnement initial est suffisamment vaste et précis pour que l'analyse permette de relever des éléments exploitables.</li> <li>- Les méthodes et outils de l'analyse sont maîtrisés, et les sources sont crédibles, réunissant les conditions pour que les informations réunies soient fiables.</li> <li>- Les éléments réunis permettent de comprendre le contexte social ou individuel dans lequel le futur produit ou service s'insèrera (besoins associés, usages actuels, rituels, symboles, valeurs, importance...).</li> <li>- Les données recueillies et les enseignements sont synthétisés et communiqués de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> </ul>
		1.1.3	<p><b>Rédiger des documents d'expression de besoin, ou des cahiers des charges,</b> en réorganisant les informations réunies, et en enquêtant pour trouver les informations manquantes, pour reformuler la demande émise par un commanditaire, ou formuler une demande à destination d'un prestataire ou d'une équipe.</p>	<p>Cette note est évaluée par des formateurs.</p> <p><b>La validation du bloc se matérialise par la délivrance d'un certificat.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le document est structuré selon la forme la plus appropriée aux spécificités du projet (expression de besoin, cahier des charges, formes propres aux méthodes agiles : <i>epics, user stories...</i>)</li> <li>- Le besoin rend compte des demandes explicites et implicites, et réinvestit de manière pertinente les conclusions de la phase d'analyse.</li> <li>- Le besoin décrit est précis, exhaustif, et sans ambiguïté. (Il s'agit d'une expression de</li> </ul>

					<p>besoin, pas d'une description de la solution)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le besoin est communiqué de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> </ul>
1.2	<b>Positionnement stratégique du produit ou service numérique</b>	1.2.1	<b>Détecter des opportunités pour développer de nouveaux services, produits ou opérations numériques,</b> en utilisant l'analyse précédemment faite pour problématiser la demande ou le besoin, et ainsi discerner l'adéquation entre des caractéristiques du marché (besoins non adressés, innovations technique ou d'usage, possibilités d'optimisation...) et les objectifs initiaux, pour apporter des solutions à la demande ou au besoin formulés.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La demande ou le besoin est problématisé(e).</li> <li>- Le potentiel pour l'organisation, pour les utilisateurs ou pour la société (potentiel commercial, d'usage, d'image, d'inclusivité...) des opportunités identifiées est clairement formulé, communiqué.</li> <li>- Les opportunités identifiées sont justifiées par des éléments issus de l'analyse et de l'expression de besoin.</li> </ul>
		1.2.2	<b>Définir les objectifs visés par la création du produit/service numérique,</b> en sélectionnant les plus appropriés au contexte (fidélisation, lancement, notoriété, etc.) et en les traduisant dans des indicateurs permettant leur mesure, pour aligner les différents acteurs du projet, de la mission.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs du produit ou du service sont clairement formulés.</li> <li>- Le choix des objectifs est justifié par des éléments issus de l'analyse et de l'expression de besoin.</li> <li>- Les indicateurs choisis sont de nature à permettre la vérification de l'atteinte des objectifs.</li> </ul>
1.3	<b>Conception d'un écosystème de produits et</b>	1.3.1	<b>Concevoir un dispositif composé de services, produits, opérations, articulés en un ensemble cohérent,</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le dispositif conçu présente une forte cohérence interne : les éléments qui le composent, leur rôle, et leurs relations se</li> </ul>

	<p><b>services numériques permettant l'atteinte des objectifs fixés</b></p>			<p>complètent et s'articulent logiquement.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le dispositif conçu présente une forte cohérence externe : il est cohérent avec les contraintes, le contexte (marque, secteur, usages, enjeux...), et permet de donner forme à la stratégie définie.</li> </ul>
		<p>1.3.2 <b>Formuler les partis pris artistiques, techniques et de conception,</b> en mettant à contribution les compétences techniques, artistiques, de conception, des experts mobilisés, par l'exploration et l'évaluation de plusieurs pistes, afin de les communiquer aux potentiels acteurs du projet à travers des communications orales et écrites (documents décrivant l'intention initiale), et d'orienter le travail de conception détaillé, de création et de production.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le besoin ou la demande, la stratégie et les partis pris sont cohérents entre eux.</li> <li>- Plusieurs pistes ont été envisagées et comparées, pour prendre une décision commune sur la piste à suivre.</li> <li>- Les points de différenciation des intentions et partis pris définis, les raisons de sélectionner cette intention, ces partis pris, sont clairement identifiés et formulés.</li> <li>- Les partis pris sont communiqués de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> </ul>
		<p>1.3.3 <b>Définir les moyens d'évaluation de la performance d'un dispositif (analytics, tracking...),</b> en se basant sur les indicateurs choisis en amont pour cibler les éléments du dispositif à mesurer, afin de permettre l'évaluation ultérieure de l'atteinte des objectifs.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les moyens d'évaluation définis sont de nature à permettre le suivi des indicateurs choisis.</li> </ul>

<b>Bloc n° 2 : Conception de produits et services numériques</b>					
2.1	<b>Détection des besoins, comportements et usages des utilisateurs</b>	2.1.1	<b>Elaborer un plan de recherche utilisateur,</b> en identifiant les informations nécessaires, en formulant un questionnaire initial, et en sélectionnant et planifiant les méthodes de recherche adaptées au questionnaire et au contexte, afin de guider le travail d'enquête auprès des utilisateurs.	<p><b>1. Evaluation collective</b></p> <p>A l'occasion de la conception d'un produit ou service numérique (que ce soit un projet commandité par une organisation tierce ou à leur initiative), l'équipe de candidats doit élaborer et présenter <b>un dossier de conception d'un produit numérique interactif (ou d'un service contenant au moins un produit).</b></p> <p>Le dossier doit comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une synthèse des enseignements issus de la recherche auprès des utilisateurs</li> <li>- un prototype du produit (avec justification de l'articulation entre les choix faits dans la conception et les enseignements de la recherche utilisateurs)</li> <li>- un rapport de test (avec protocole, description du panel et retour sur la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le questionnaire initial est suffisamment vaste et précis pour que la recherche permette de relever des éléments surprenants et exploitables.</li> <li>- Le questionnaire initial s'appuie sur l'analyse de la demande ou du besoin (marque, secteur, entreprise, usages, enjeux...).</li> <li>- Les méthodes et outils de recherche à mettre en œuvre sont sélectionnés en fonction du contexte projet et de la nature du questionnaire.</li> <li>- La planification de la recherche est cohérente avec le contexte projet.</li> </ul>
		2.1.2	<b>Constituer une base de connaissances réunies par des tiers ("recherche secondaire"),</b> en identifiant des sources fiables et pertinentes, et en les analysant, pour étayer et guider le processus de conception.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sources sont crédibles, réunissant les conditions pour que les informations réunies soient fiables.</li> <li>- Les éléments réunis permettent de clarifier les besoins, comportements et usages des utilisateurs potentiels.</li> </ul>	

		2.1.3	<p><b>Réunir des informations pertinentes sur les besoins, comportements et usages d'une catégorie d'utilisateurs ("recherche primaire"),</b> par l'usage de <b>méthodes de recherche qualitatives</b> (entretien, observation, sondes culturelles...), pour étayer et guider le processus de conception.</p>	<p>passation)</p> <p>Cette évaluation comporte un volet oral (évaluée par un jury de professionnels en exercice), et un volet écrit (évalué par des formateurs)</p> <p><b>2. Evaluation individuelle</b> En lien avec une situation professionnelle réelle ou reconstituée, rédaction d'une <b>note ou d'un mémoire réflexif</b> : le candidat doit décrire son rôle et ses apports personnels dans la recommandation de conception, articuler les choix faits à des points</p>	<p><i>Les méthodes et outils de la recherche qualitative sont maîtrisés, réunissant les conditions pour que les informations réunies soient fiables et exploitables :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les supports et protocoles conçus sont efficaces (voire inventifs).</li> <li>- L'animation permet d'éviter au maximum de biaiser les réponses (notamment lors d'éventuels entretiens, avec une bonne écoute et recours à la relance quand nécessaire).</li> <li>- Le mode de passation et l'échantillon de population choisis sont adaptés aux spécificités du questionnement.</li> <li>- La passation est documentée (photo, vidéo, son, prise de notes...) de façon à faciliter le traitement et la communication des enseignements de la recherche.</li> </ul>
		2.1.4	<p><b>Réunir des informations pertinentes sur les besoins, comportements et usages d'une catégorie d'utilisateurs ("recherche primaire"),</b> par l'usage de <b>méthodes de recherche quantitatives</b> (questionnaires), pour étayer et guider le processus de conception.</p>	<p>théoriques. Cette note est évaluée par des formateurs.</p> <p><b>La validation du bloc se matérialise par la délivrance d'un certificat.</b></p>	<p><i>Les méthodes et outils de la recherche quantitative sont maîtrisés, réunissant les conditions pour que les informations réunies soient fiables et exploitables :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La formulation, le type et l'ordre des questions, les modalités proposées, permettent d'éviter au maximum de biaiser les réponses.</li> <li>- Le mode de passation et l'échantillon de population choisis sont adaptés aux</li> </ul>

					<p>spécificités du questionnement.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le traitement statistique des réponses est juste et rigoureux.</li> </ul>
		2.1.5	<p><b>Synthétiser les informations réunies pendant la recherche,</b>  en utilisant les modes de représentation courants en recherche utilisateurs (diagrammes d'affinité, personas, parcours utilisateurs, insights...) pour catégoriser, hiérarchiser, prioriser, et communiquer les informations réunies,  en vue de les rendre compréhensibles et actionnables par toute l'équipe lors de la phase de conception.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les méthodes et outils de synthèse mis en œuvre sont sélectionnés en fonction du contexte projet et de la nature du questionnement.</li> <li>- Les méthodes et outils de synthèse sélectionnés et mis en œuvre sont maîtrisés.</li> <li>- Les données recueillies et les enseignements sont synthétisés et communiqués de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> </ul>
2.2	<p><b>Conception détaillée d'un produit ou d'un service numériques</b></p>	2.2.1	<p><b>Organiser des ateliers de co-conception d'expérience numérique interactive,</b>  en sélectionnant les participants à impliquer et en définissant les contenus, méthodes et conditions de réalisation de l'atelier, afin de mobiliser la créativité des membres de l'équipe, des parties prenantes du projet et des utilisateurs potentiels.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le choix des participants est argumenté et en cohérence avec les objectifs visés par l'atelier de co-conception.</li> <li>- Les activités, les contenus et les méthodes mobilisés durant l'atelier favorisent la créativité et l'intelligence collective.</li> <li>- Les activités, les contenus et les méthodes mobilisés durant l'atelier tiennent compte de la diversité des participants (diversité physique, intellectuelle, culturelle).</li> <li>- Les conditions de réalisation matérielles de l'atelier sont correctement dimensionnées et contribuent à son bon déroulement.</li> </ul>

		<p>2.2.2 <b>Animer des ateliers de co-conception d'expérience numérique interactive,</b> en mettant en œuvre les techniques requises (stimulation, relance, reformulation, écoute active, facilitation visuelle), afin de générer ou étoffer des idées avec l'équipe, avec les parties prenantes, ou avec des utilisateurs potentiels.</p>		<p>- Les techniques spécifiques de la facilitation (relance, reformulation, écoute, facilitation visuelle, etc.) sont suffisamment maîtrisées et mises en œuvre par les animateurs et facilitateurs, pour que l'atelier remplisse ses objectifs.</p>
		<p>2.2.3 <b>Sélectionner parmi les idées générées lors d'un atelier : les fonctionnalités, contenus, modalités d'un service ou d'un produit numérique,</b> par l'usage de méthodes de priorisation et la négociation avec les parties prenantes du projet, en veillant à la satisfaction des objectifs du projet et des besoins de tous les utilisateurs (dans une logique de conception universelle), pour répondre le plus justement possible aux besoins des utilisateurs, et aux objectifs du commanditaire.</p>		<p>- Les méthodes et outils de priorisation mis en œuvre sont sélectionnés en fonction du contexte projet et de la nature du questionnement.          - Les méthodes et outils de priorisation sélectionnés et mis en œuvre sont maîtrisés.          - La priorisation effectuée est cohérente avec la stratégie, la problématique, et les objectifs.          - La priorisation effectuée est cohérente avec les besoins des utilisateurs, découverts lors de la recherche.          - La priorisation effectuée est cohérente avec les besoins des utilisateurs en situation de handicap (physique, intellectuel) permanent ou temporaire, des utilisateurs neuro-atypiques, des utilisateurs issus de cultures différentes.</p>

		<p>2.2.4 <b>Superviser la réalisation des documents de conception de l'expérience numérique interactive (wireframes, diagrammes de flux, story boards, cartographies d'expérience...),</b>  en sélectionnant les formats de documents les plus adaptés au contexte, et en aiguillant et accompagnant les membres de l'équipe chargés de la réalisation des documents, pour tester la conception auprès d'utilisateurs, et/ou pour les communiquer aux autres membres de l'équipe et aux commanditaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La conception est pleinement cohérente avec l'intention initiale. S'il existe des écarts, ces écarts sont argumentés de façon convaincante.</li> <li>- Les modes de représentation les plus adaptés aux spécificités du projet ont été choisis : scénarios, diagrammes de flux, arborescences, wireframes, différents types de prototypes, etc.</li> <li>- Les modes de représentation choisis correspondent aux modes de représentation conventionnels, ou s'en écartent de façon justifiée.</li> <li>- Les modes de représentation permettent d'appréhender la future création selon différents degrés de granularité : de la vision macro à la vision suffisamment détaillée pour lancer la production.</li> <li>- Les différentes représentations sont lisibles et explicites (et comprennent les légendes et annotations nécessaires).</li> <li>- Les besoins des utilisateurs en situation de handicap (physique, intellectuel) permanent ou temporaire, des utilisateurs neuro-atypiques et des utilisateurs issus de cultures différentes sont pris en compte, et justifiés, dans les documents de conception.</li> </ul>
--	--	---	--

2.3	<b>Evaluation de l'expérience des utilisateurs</b>	2.3.1 <b>Elaborer un protocole d'évaluation de l'expérience utilisateur,</b> en identifiant les aspects de l'expérience utilisateur à évaluer (notamment l'accessibilité ou l'inclusivité), en imaginant un scénario et/ou un questionnaire permettant d'évaluer le plus précisément possible ces aspects, en réalisant si nécessaire un prototype (ou en adaptant le prototype existant) pour pouvoir dérouler ce scénario (avec ses cas d'erreur), pour guider le processus d'évaluation.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un (ou plusieurs) aspect(s) de l'expérience des utilisateurs sont identifiés comme faisant l'objet de l'évaluation (cet objet est formulé clairement).</li> <li>- D'éventuelles différences chez les utilisateurs (permanentes ou temporaires, physiques, intellectuelles, ou culturelles) sont prises en compte dans l'élaboration du protocole.</li> <li>- Le protocole de test est rigoureusement construit pour permettre de vérifier des aspects précis de l'expérience de l'utilisateur (objectifs de l'évaluation).</li> <li>- Le prototype utilisé est complet (pas d'éléments du scénario manquants).</li> </ul>
		2.3.2 <b>Recruter un échantillon d'utilisateurs,</b> en définissant des critères de sélection cohérents avec le protocole défini, et en identifiant et mobilisant les individus correspondant à ces critères, afin d'évaluer l'expérience des utilisateurs potentiels du produit ou service.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La taille et la composition de l'échantillon répondent à des critères cohérents avec les objectifs du test et le contexte du projet (représentativité et variété, notamment).</li> </ul>

		2.3.3	<p><b>Animer la passation des tests,</b>  en suivant le protocole défini, avec les utilisateurs recrutés,  pour observer l'expérience vécue d'utilisateurs réels lors de l'utilisation du produit ou service.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques spécifiques de l'animation de tests (relance, écoute, observation, prise de notes, etc) sont suffisamment maîtrisées et mises en œuvre par les animateurs, pour que le test permette de recueillir les informations nécessaires au projet.</li> <li>- La passation est documentée (photo, vidéo, son, prise de notes...) de façon à faciliter le traitement et la communication des conclusions des tests.</li> </ul>
		2.3.4	<p><b>Rédiger des rapports de tests,</b>  en analysant les données qualitatives et quantitatives réunies lors des tests, et en présentant cette analyse dans un document structuré et étayé,  pour nourrir le processus de conception.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les réactions les plus significatives des utilisateurs testeurs ont été identifiées et analysées.</li> <li>- Un rapport de test complet et structuré a été rédigé. Ce rapport s'appuie sur une connaissance suffisante de l'ergonomie cognitive.</li> <li>- Les conclusions sont communiquées de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> <li>- Suite au test, des modifications de la conception ont été suggérées ou effectuées (dans le cadre d'un processus itératif, une nouvelle itération de conception est lancée). Ces modifications sont cohérentes à la fois avec l'intention initiale et avec les réactions observées lors des tests.</li> </ul>

		2.3.5	<b>Rédiger des rapports d'audit de produits et services numériques existants,</b> en analysant les interfaces, contenus et interactions du produit ou service existant, à la lumière de sa connaissance de l'ergonomie cognitive (critères heuristiques notamment), et en présentant cette analyse dans un document structuré et étayé, pour nourrir le processus de conception.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un rapport d'audit complet et structuré a été rédigé. Ce rapport s'appuie sur une connaissance suffisante de l'ergonomie cognitive.</li> <li>- Les conclusions sont communiquées de façon claire (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> </ul>
<b>Bloc n° 3 : Pilotage de l'entreprise créative numérique</b>					
3.1	<b>Pilotage tactique de l'entreprise créative numérique</b> <i>Arbitrage, au niveau de l'entreprise entre plusieurs projets ou produits, et choix des méthodes et processus permettant de les réaliser.</i>	3.1.1	<b>Définir la roadmap des projets et/ou lancements de produits numériques,</b> en concertation avec les décideurs, et après avoir réuni les informations nécessaires concernant les capacités et les objectifs de l'entreprise (commanditaire ou prestataire), les tendances et évolutions du marché ou des techniques, pour prioriser et organiser la production dans le temps.	<b>1. Evaluation collective</b> A l'occasion de la conception d'un produit ou service numérique (que ce soit un projet commandité par une organisation tierce ou à leur initiative), l'équipe de candidats doit élaborer et présenter un <b>dossier de cadrage de production.</b>  Le dossier doit comprendre : <ul style="list-style-type: none"> <li>- une justification du choix du mode pilotage</li> <li>- un organigramme des parties prenantes</li> <li>- des workflows pour les principaux processus</li> <li>- un planning (contenant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La succession des projets ou productions dans le temps est argumentée par la stratégie d'entreprise et des informations fiables sur le marché et les technologies (par exemple : nouveaux produits lancés par des concurrents, nouvelle réglementation, mises à jour de technologie...).</li> <li>- La succession des projets ou productions dans le temps est réaliste et justifiée : étayée par des chiffrages (en temps, en budget), par une évaluation des risques, par le choix des méthodes et outils de travail.</li> <li>- Les dépendances entre projets sont identifiées, et les risques qu'elles font courir évalués.</li> </ul>

		3.1.2	<p><b>Choisir le mode de pilotage opérationnel adapté</b> (lean, agile, cascade, en V, etc.), après analyse des spécificités du projet / du produit, pour tirer le meilleur parti des ressources disponibles et se rapprocher des objectifs.</p>	<p>d'éventuelles dépendances avec d'autres projets de la roadmap)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une évaluation budgétaire</li> <li>- au moins un exemple de brief (à destination d'un collaborateur, ou d'un prestataire)</li> <li>- un cahier de recette</li> <li>- un document présentant les outils</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le mode de pilotage choisi permet effectivement de se rapprocher des objectifs définis dans la stratégie du projet et la stratégie d'entreprise (par exemple : qualité, rapidité, coût, notoriété, acquisition de nouvelles compétences, etc.)</li> <li>- La mise en œuvre de ce mode de pilotage est réaliste au regard du contexte projet.</li> </ul>
		3.1.3	<p><b>Piloter l'amélioration continue des processus, des méthodes et de la qualité,</b> par des évolutions au niveau du pilotage opérationnel, des méthodes de conception et d'évaluation, des méthodes techniques, des méthodes artistiques, afin de résoudre les problèmes pratiques et organisationnels qui surgissent au cours des projets et de saisir de nouvelles opportunités d'évolution.</p>	<p>de monitoring de production mis en place</p> <p>Cette évaluation comporte un volet oral (évaluée par un jury de professionnels en exercice), et un volet écrit (évalué par des formateurs)</p> <p><b>2. Evaluation individuelle</b> En lien avec une situation réelle ou reconstituée, rédaction d'une <b>note réflexive</b> : le candidat doit décrire son rôle et ses apports personnels dans le cadrage de production, articuler les choix faits à des points théoriques. Cette note est évaluée par des formateurs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les difficultés rencontrées par les équipes sont connues et prises en compte (notamment : la résistance au changement, les imprévus rencontrés, ou les difficultés résultant des conditions spécifiques d'un projet).</li> <li>- Des nouvelles méthodes de travail et d'échange ont été proposées et mises en place, suite à un besoin exprimé par les équipes ou les parties prenantes, ou à la volonté d'introduire une méthode émergente.</li> <li>- L'impact et les attendus des évolutions potentielles ont été évalués et formulés clairement.</li> <li>- Des mesures pour faciliter ces transitions et aider l'équipe à s'approprier de nouveaux outils et de nouvelles méthodes sont mises en place (accompagnement du changement).</li> </ul>

		<p>3.1.4 <b>Accompagner l'entreprise et le commanditaire dans l'évolution des méthodes de design,</b>  en intégrant aux méthodes de pilotage tactique et opérationnel les spécificités d'une activité de conception centrée utilisateur (designs system, méthodes itératives, recherche utilisateurs, évaluation de l'expérience...), et en les expliquant, afin de faire évoluer l'organisation et les produits vers une meilleure prise en compte des besoins de l'utilisateur.</p>	<p><b>La validation du bloc se matérialise par la délivrance d'un certificat.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les méthodes et techniques de conception centrée utilisateurs sélectionnées sont communiquées de façon claire et convaincante (avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).</li> <li>- Les méthodes et techniques de conception centrée utilisateurs sélectionnées sont réalistes et justifiées au regard des capacités et des objectifs de l'entreprise, et des spécificités du projet.</li> <li>- Les méthodes et techniques de conception centrée utilisateurs sont efficacement intégrées à la production : les contraintes de ces méthodes sont prises en compte (dans la planification, le budget, les méthodes...).</li> </ul>
<p>3.2</p>	<p><b>Pilotage opérationnel des productions numériques</b>  <i>Au niveau d'un seul service ou produit, en mode projet ou produit.</i></p>	<p>3.2.1 <b>Planifier les différentes étapes de réalisation d'une production (organigramme des tâches du projet ou OTP, effort/durée, backlog, etc.),</b>  par l'identification des tâches qui vont permettre à l'équipe de mener à bien le projet, en répartissant ces tâches dans le temps, en attribuant ces tâches à certains profils de collaborateurs, en quantifiant (durée, effort) chacune des tâches, pour être à même d'évaluer les besoins budgétaires, les délais de production, et d'affecter les tâches aux intervenants.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les tâches de l'OTP sont bien définies (et, le cas échéant, découpées en sous-tâches), permettent de couvrir le périmètre,</li> <li>- L'enchaînement des tâches dans le temps, et leur articulation entre elles sont logiques au regard des méthodes de travail choisies, de leur nature et des priorités.</li> <li>- La quantification (durée et effort) est réaliste.</li> <li>- Des indicateurs de suivi sont identifiés, pour permettre d'évaluer l'avancement et la qualité des réalisations, en cours de production.</li> </ul>

		3.2.2	<b>Elaborer des évaluations budgétaires,</b> en évaluant les coûts de production (OTP, effort nécessaire, grille de tarifs, devis de prestataires, etc), et en prenant en compte les contraintes financière de l'entreprise, pour garantir à l'entreprise les moyens de mener à bien la production et assurer la rentabilité.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le budget est réaliste et les montants sont justifiés (par des devis, grilles de tarifs, etc).</li> <li>- Le budget du projet est cohérent avec les contraintes financières de l'entreprise ou de l'organisation, qu'il s'agisse d'une entreprise ou organisation existante, ou d'un projet entrepreneurial (auquel cas le budget est accompagné d'un plan de financement).</li> <li>- La justification des montants témoigne d'une connaissance opérationnelle des mécaniques de la gestion d'une entreprise (marges, charges, frais, etc sont pris en compte).</li> </ul>
		3.2.3	<b>Affecter les tâches aux différents intervenants du projet,</b> après vérification des disponibilités de chacun (et éventuellement négociation de contrat), en informant chacun des contributeurs des tâches qui leur ont été attribuées ("brief") et du contexte du projet, pour mener à bien le projet dans les délais et selon la qualité prévus.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un brief clair, précis et exploitable a été rédigé.</li> <li>- Dans le cas où un contrat est élaboré : la formulation est sans ambiguïté concernant les responsabilités du prestataire et le périmètre des tâches confiées.</li> </ul>
		3.2.4	<b>Suivre le travail des différents intervenants du projet,</b> en évaluant régulièrement l'avancement de la tâche au regard de la planification prévue, en évaluant la qualité des réalisations au regard de la qualité attendue, et en levant		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques de recettage et de monitoring mises en œuvre sont sélectionnées en fonction du contexte projet et des indicateurs de suivi définis auparavant.</li> <li>- Les techniques de recettage et de</li> </ul>

			des alertes si nécessaire auprès des leads d'équipe concernés, pour prévenir d'éventuels retards ou anticiper des besoins de renforts.		monitoring mises en œuvre sont maîtrisées.
		3.2.5	<b>S'assurer de la visibilité, de la lisibilité et de la disponibilité des informations nécessaires à chaque acteur du projet (intervenants, commanditaires, hiérarchie),</b> par l'organisation de points réguliers ou exceptionnels, et la communication de documents de suivi, pour donner la visibilité nécessaire et s'assurer que chacun soit à même d'y tenir son rôle.		- Les informations communiquées (par exemple : méthodes, processus, budget, planning, périmètres, avancement, problèmes rencontrés...) sont sélectionnées en tenant compte des besoins en information de chacun des interlocuteurs. - Les informations sont communiquées de façon claire, selon le format approprié (et avec une bonne maîtrise de la communication écrite, orale et/ou visuelle).
<b>Bloc n° 4 : Management des équipes créatives et innovantes</b>					
4.1	<b>Constitution d'équipes créatives et innovantes</b> <i>dans le cadre d'un projet</i>	4.1.1	<b>Identifier les compétences nécessaires pour mener à bien un projet numérique,</b> en réunissant les informations pertinentes auprès des experts métier, pour constituer la future équipe qui travaillera au projet.	<b>Evaluation individuelle</b> En lien avec une situation réelle ou reconstituée, le candidat doit rédiger une <b>étude de cas réflexive</b> .  L'étude de cas doit aborder : - la composition de l'équipe (collaborateurs, parties prenantes, prestataires...) et sa structure (rôles et responsabilités), - les fiches de poste ou fiches de missions établies,	- Les compétences nécessaires au projet sont identifiées et correspondent aux contraintes, aux spécificités, et aux attentes (notamment lorsque le projet appelle à la différenciation par l'utilisation de techniques émergentes). - Des moyens d'identifier et évaluer ces compétences chez un équipier potentiel sont établis.

		4.1.2	<p><b>Sélectionner des professionnels</b> amenés à rejoindre l'équipe, par l'identification et la sélection de profils en fonction, entre autres, des compétences identifiées, pour constituer ou compléter la future équipe avec toutes les compétences requises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les modes de communication, de prise de décision et de résolution de problème mis en place,</li> <li>- les compétences nécessaires au projet, compétences présentes dans l'équipe et delta, description de l'évolution des compétences au cours du projet et des moyens mis en œuvre pour cette évolution,</li> <li>- les incidents survenus pendant le projet, et leur résolution,</li> <li>- le rôle du candidat et ses apports personnels dans l'équipe et son management.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les missions à confier sont formulées clairement et efficacement.</li> <li>- Les missions à confier sont formulées et pensées pour inclure d'éventuels collaborateurs en situation de handicap (physique, intellectuel) permanent ou temporaire, des collaborateurs neuro-atypiques, des collaborateurs issus de cultures différentes.</li> <li>- Les compétences des futurs membres de l'équipe sont identifiées et évaluées, comparées avec les besoins.</li> </ul>
		4.1.3	<p><b>Structurer une équipe et/ou une organisation créative et innovante</b>, en définissant les rôles et responsabilités de chacun, et en établissant (si cela s'avère pertinent) un organigramme et des processus (représentés dans des workflows), afin d'assurer le bon fonctionnement du collectif et des contributions individuelles qui le composent, pendant la durée du projet.</p>	<p>Ces éléments ne doivent pas seulement être décrits, mais également analysés (en articulant les choix faits à des points théoriques, en les comparant à des choix alternatifs...)</p> <p>Cette étude de cas est évaluée par des formateurs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les choix de structuration d'équipe sont justifiés par la connaissance des structures et modèles d'équipes ou d'organisations (courants ou émergents), de leurs atouts et inconvénients,</li> <li>- Les modes de représentation les plus adaptés aux spécificités du projet ont été choisis : organigramme, workflows, RACI, etc.</li> </ul>
4.2	<p><b>Management d'équipes dans une logique de facilitation et de résolution de problèmes</b></p>	4.2.1	<p><b>Superviser des réunions et échanges inclusifs au sein d'une équipe ou d'une organisation</b>, en identifiant les besoins de prise de décision et de communication, en organisant si besoin les échanges (sélection</p>	<p><b>La validation du bloc se matérialise par la délivrance d'un certificat.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques d'animation de réunions et d'échanges les plus adaptées aux spécificités du projet ont été choisies : par exemple par le recours au design thinking, à des outils de facilitation (en présentiel ou distanciel), à des techniques émergentes.</li> </ul>

			des participants et prise en compte de leurs spécificités, constitution de l'ordre du jour, animation et facilitation, définition des modes de prise de décision) afin d'assurer la bonne coordination entre membres de l'équipe ou de l'organisation.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques d'animation choisies sont adaptées aux collaborateurs présents : notamment les collaborateurs en situation de handicap permanent ou temporaire, les collaborateurs neuro-atypiques, ou les collaborateurs issus de cultures différentes.</li> <li>- Les techniques d'animation choisies sont maîtrisées.</li> </ul>
		4.2.2	<p><b>S'assurer de la communication constructive et inclusive, au sein de l'équipe, de feedbacks et critique,</b></p> <p>de façon planifiée ou impromptue, en mobilisant des méthodes et techniques de facilitation et de résolution de problèmes, de communication constructive de feedbacks, critiques et retours d'expérience, de communication inclusive, afin d'améliorer la qualité des productions, et de faire émerger de nouvelles idées.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques de feedback et critique les plus adaptées aux spécificités du projet ont été choisies : par exemple par le recours à des "design critiques" ritualisées en équipe, à des entretiens individuels, à un outil de "ticketing" ou de commentaires, à des gabarits de feedbacks, etc.</li> <li>- Les techniques de feedback et critique choisies sont adaptées aux collaborateurs concernés : notamment les collaborateurs en situation de handicap permanent ou temporaire, les collaborateurs neuro-atypiques, ou les collaborateurs issus de cultures différentes.</li> <li>- Les techniques de feedback et critique choisies sont maîtrisées.</li> <li>- Les retours exprimés et les différents points de vue, des membres de l'équipe et des parties prenantes, sont mis à profit pour améliorer la qualité du travail de l'équipe</li> </ul>

					technique, et son organisation.
		4.2.3	<b>Accompagner le changement au sein d'une organisation,</b> en sélectionnant et/ou en mettant en œuvre les actions nécessaires (par exemples : communication, formation, coaching, gamification...) pour aider les équipes à s'approprier de nouveaux outils, de nouvelles méthodes, de nouvelles organisations d'équipes.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les choix d'actions sont justifiés par la connaissance des principales résistances au changement dans l'entreprise, et de techniques pour faciliter ces transitions.</li> <li>- La mise en œuvre de ces actions est réaliste au vu du contexte de l'organisation.</li> </ul>
4.3	<b>Développement et valorisation des compétences individuelles et collectives</b> <i>au delà du cadre d'un projet, sur le long terme</i>	4.3.1	<b>Identifier, avec les membres de l'équipe, des compétences à cultiver,</b> en formulant les objectifs individuels et collectifs, en identifiant les compétences actuelles, et en mettant à profit sa veille sur les compétences émergentes, dans une logique de développement des capacités de l'équipe, et de poursuite du projet professionnel individuel.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs individuels et collectifs d'acquisition de compétences sont identifiés et formulés.</li> <li>- Les compétences à acquérir sont justifiées par les motivations individuelles exprimées.</li> <li>- Les compétences à acquérir sont justifiées par une veille sur le secteur, les pratiques et les technologies émergentes, permettant d'identifier les meilleures opportunités d'évolution.</li> </ul>
		4.3.2	<b>Planifier l'évolution de ces compétences,</b> en Identifiant des moyens d'évolution (expérimentation, mentorat, formation...), étayés grâce à des enquêtes auprès de professionnels et d'organismes, en négociant les moyens nécessaires auprès des décideurs (budget et disponibilité),		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les moyens d'évolution choisis sont justifiés par des informations fiables : consultation de spécialistes, d'organismes, lecture de documentation.</li> <li>- La mise en œuvre de ces évolutions est réaliste au vu du contexte de l'organisation.</li> </ul>

			pour mettre en œuvre cette évolution.		
		4.3.3	<p><b>Communiquer les compétences acquises,</b>  en choisissant les canaux et formats  (conférences, études de cas, showreel, etc)  les plus appropriés, et en mettant en oeuvre  la communication de ces compétences (le  cas échéant, par l'initialisation d'un projet  de communication à part entière),  pour susciter la demande pour ces  capacités.</p>		<p>- Les canaux et formats choisis sont  appropriés au secteur et au message.  - Les compétences de l'équipe, de l'individu  ou de l'organisation sont communiquées de  façon claire et impactante (et avec une  bonne maîtrise de la communication écrite,  orale et/ou visuelle).</p>

En plus de l'obtention des blocs, la validation totale de la certification est conditionnée par :

- la validation d'une période de pratique professionnelle de 5 mois minimum pour les candidats en temps plein (stage) et de 1407 heures pour les candidats en alternance
- la rédaction et la soutenance d'un mémoire professionnel individuel