

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
Bloc de compétences 1 (obligatoire) : Définir une stratégie Web Digitale responsable			
A1.1. Positionnement du projet Web Digital innovant, durable et inclusif dans un environnement e-commerce	C1.1.1. Concevoir un dispositif de veille technique et réglementaire « monitoring system » du secteur Web Digital , en sélectionnant des sources d'information fiables sur les stratégies marketing digitales et de conception techniques UX/UI de site internet/application mobile e-commerce, afin d'alimenter son background Digital en tant que Product Owner du projet et d'anticiper les évolutions du secteur sur les services et produits innovants et inclusifs.	<u>E1.1/E1.2 – Mise en situation professionnelle</u> ELABORATION D'UNE STRATEGIE WEB DIGITALE A partir d'une documentation mise à sa disposition détaillant la situation d'une organisation souhaitant développer sa présence digitale et créer/améliorer son e-commerce, le candidat conçoit une stratégie web digitale, en lien avec les projets de développement de l'organisme et les attentes du commanditaire et de ses consommateurs.	Un dispositif de veille est structuré et automatisé grâce aux nouvelles technologies (IA....) : <ul style="list-style-type: none"> • Les sources sont diversifiées et hiérarchisées. • La documentation collectée est classée et analysée. • Une synthèse périodique est diffusée. Les évolutions sectorielles et réglementaires applicables au secteur web digital sont prises en compte : <ul style="list-style-type: none"> • Meilleures pratiques en marketing digital • Outils technologiques de conception émergents de site internet/application mobile e-commerce • Optimisation UX/UI
	C1.1.2. Elaborer le diagnostic stratégique web digital , en cartographiant les campagnes et supports digitaux existants, en analysant leur responsivité et accessibilité, en mettant en perspective les attentes du commanditaire, et les comportements d'achat des consommateurs finaux identifiés, afin d'orienter la prise de décision pour la définition d'une stratégie Web Digitale e-commerciale personnalisée.	Dans un dossier, le candidat : <ul style="list-style-type: none"> - Produit une synthèse de la veille concurrentielle réalisée - Mène l'analyse de l'existant et de l'univers de marque - Réalise le SWOT - Explicite et reformule le besoin du commanditaire - Rédige une proposition de stratégie web digitale détaillée Il présente ce dossier lors d'une soutenance orale réalisée devant un jury d'intervenants et de professionnels du secteur	Le brief du commanditaire est compris et synthétisé. L'analyse de l'existant est menée : <ul style="list-style-type: none"> - Les supports web-digitaux sont identifiés et étudiés - Les tests d'accessibilité sont menés - Les résultats des précédentes campagnes sont comparés aux objectifs fixés - Les données d'exploitation du site e-commerce (data analytics) permettent de distinguer les comportements d'achat des consommateurs finaux. Une analyse SWOT de la stratégie web digitale de l'entreprise est réalisée : son positionnement est caractérisé au regard de l'environnement de marché.

	<p>C1.1.3. Analyser l'univers de marque du commanditaire, en déterminant ses forces et faiblesses dans son contexte concurrentiel et socio-culturel, afin de le décliner avec efficacité, inventivité et respect dans la stratégie web digitale proposée.</p>		<p>Une analyse de correspondance est réalisée entre la vision du client et celle des consommateurs : points de jonction et différences sont identifiés.</p> <p>L'analyse de l'univers de Marque du commanditaire est réalisée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les évolutions de son image et de son Storytelling sont répertoriées - Les chartes graphiques et éditoriales sont examinées, - Ses valeurs sont comparées à celles des consommateurs et à l'actualité de l'entreprise sur les dernières années, pour s'assurer de leur cohérence.
<p>A1.2. Conception de la stratégie durable et éthique du projet Web Digital e-commerce</p>	<p>C1.2.1. Définir les orientations stratégiques et durables du projet Web Digital, en prenant en compte l'identification des opportunités sectorielles, les besoins des consommateurs, les enjeux écoresponsables du web-digital et l'évaluation des risques, afin de soutenir le développement, la croissance commerciale et la pérennité du site internet/application mobile e-commerce.</p>		<p>Une stratégie web digitale est élaborée au regard des opportunités sectorielles identifiées et des objectifs du client, elle contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une maquette de conception technique de site internet/application mobile e-commerce • La définition de la charte graphique et éditoriale du site internet/application mobile e-commerce • Une cartographie UX et des visuels UI design <p>Chaque aspect de la stratégie s'aligne sur les engagements durables et éthiques de l'entreprise.</p>
<p>Bloc de compétences 2 (obligatoire) : Piloter la conception du projet Web Digital responsable</p>			
<p>A.2.1. Définir un plan d'action opérationnel du projet Web Digital</p>	<p>C2.1.1. Définir les objectifs opérationnels du projet Web Digital, en formalisant le Product Backlog, en planifiant les différentes étapes du projet, en mettant en place des Key Performance Indicators (KPI) de qualité, de temps et de coût, afin de garantir le respect des objectifs fixés par le commanditaire.</p>	<p><u>E2.1/E2.2 – Mise en situation professionnelle</u></p> <p>DOSSIER DE CONCEPTION DE PROJET WEB DIGITAL</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation</p>	<p>Le plan d'action/product Backlog est formalisé. Il reprend, dans un rétroplanning, l'ensemble des étapes et les deadlines applicables à toutes les actions de développement, de marketing digital et de démarche UX/UI du site/application e-commerce.</p> <p>Les KPI sont formalisés en un tableau de suivi du projet, ils optimisent la conduite de projet par</p>

	<p>C2.1.2. Etablir le budget prévisionnel du projet Web Digital, en identifiant les sources de financement disponibles, en assurant une répartition équilibrée des ressources financières, afin de garantir la rentabilité et la pérennité du projet déployé.</p> <p>C2.1.3. Constituer une équipe projet pluridisciplinaire (développement, design et marketing), en participant au recrutement en interne et en lançant des appels d'offres auprès de sous-traitants externes dans le respect des contraintes budgétaires et des délais fixés, afin de former une équipe en charge de la réalisation opérationnelle du projet Web Digital.</p>	<p>professionnelle réelle ou simulée relative à une organisation cliente souhaitant déployer une solution web digitale, le candidat fournit un dossier rendant compte de la conception du projet web digital.</p> <p>Il comprend les éléments de gestion de projet opérationnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La présentation argumentée des KPI à suivre ; - Le budget élaboré ; - Les étapes de constitution de l'équipe projet ; - Une présentation de la méthodologie de gestion de projet et du leadership mis en œuvre ; <p>Ainsi que les éléments techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Product backlog de la solution web digitale ; - Le cahier des charges. <p>Le candidat présente le dossier réalisé lors d'une soutenance orale devant un jury composé de professionnels du secteur.</p>	<p>leur complémentarité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité : nombre d'aller/retour équipe/client, taux d'erreur, taux de rotation collaborateurs ; - Délai : pourcentage achèvement, ETP, capacité ressources ; - Coûts : coûts non planifiés, écart budgétaire, ROI ; - Web digital : trafic, taux de rebond, respect des normes UX/UI, respect charte graphique etc. <p>Le budget du projet est élaboré dans le respect des équilibres financiers. Toutes les composantes du processus de mise en place du projet sont prises en compte.</p> <p>L'équipe projet est pluridisciplinaire et complémentaire, elle est constituée grâce à un arbitrage mené entre recrutement interne et externalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recrutement : les recrutements internes sont privilégiés (mise à disposition, mobilité...), les recrutements externes sont menés avec le support du service RH, - Externalisation : les appels d'offre sont lancés, les offres reçues sont comparées, les références vérifiées, les tarifs négociés.
<p>A2.2. Direction de projet Web Digital Responsable</p>	<p>C2.2.1. Conduire la conception du projet Web Digital avec un positionnement de Product Owner, en amenant la vision stratégique vers une déclinaison opérationnelle via une méthodologie de gestion Agile du projet adaptée et accessible à tous, en prenant en compte la sécurisation des données et des transactions e-commerciales, afin de garantir la réalisation de la solution résultant du travail de l'équipe technique.</p>		<p>La posture de Product Owner est adoptée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Son périmètre d'action est délimité - Son niveau de responsabilité est circonscrit - Son leadership est adapté aux besoins de son équipe. <p>La conception de projet s'appuie sur une méthode agile, et respecte :</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - L'engagement d'accessibilité à tous et non-discrimination au travail, grâce à des outils et postes de travail adaptés à chaque profil ; - La réglementation en matière de sécurisation des données personnelles et des transactions financières applicables au site e-commerce déployé.
	<p>C2.2.2. Superviser la phase de rédaction du cahier des charges du projet Web Digital, en garantissant la prise en compte de l'ensemble des spécificités fonctionnelles et techniques ainsi que les contraintes organisationnelles, écoresponsables et budgétaires, en identifiant les possibilités d'adaptation et d'optimisation à suggérer au commanditaire, afin de présenter une proposition de projet Web Digital adaptée aux besoins du commanditaire et d'obtenir son aval.</p>		<p>Le cahier des charges est formalisé, il :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Répond au brief du commanditaire. - Recense l'ensemble des contraintes fonctionnelles, techniques, organisationnelles et écoresponsables à prendre en compte. - Prévoit le respect du budget et les délais fixés.
<p>Bloc de compétences 3 (obligatoire) : Superviser la réalisation et le déploiement de la solution Web Digitale responsable</p>			
<p>A3.1. Conduite de la réalisation de la solution Web Digitale</p>	<p>C3.1.1. Piloter l'activité des équipes internes et des prestataires externes de manière inclusive, en mettant en place des outils de gestion de projets digitaux et agiles accessibles à tous, afin d'assurer une distribution optimale des tâches entre les membres de l'équipe.</p>	<p><u>E3.1/E3.2 – Mise en situation professionnelle</u></p> <p>COORDINATION DE LA PRODUCTION ET DU DEPLOIEMENT DE LA SOLUTION WEB DIGITALE</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou simulée relative à une organisation cliente souhaitant déployer une solution web digitale, le candidat fournit un dossier de gestion d'un projet web digital.</p> <p>Il détaille :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La méthode d'encadrement des équipes, • Les étapes de productions et déploiements réalisées, 	<p>Les outils de gestion de projet sont choisis et mis en place au regard des objectifs à atteindre. Ils sont agiles, inclusifs, accessibles à tous et permettent une distribution des missions entre les équipes.</p>
	<p>C3.1.2. Accompagner le développement des compétences des équipes, en réalisant des contrôles et des retours réguliers auprès des équipes, sur les étapes de production de la solution web digitale, grâce à la mise en œuvre de son expertise technique de Product Owner, en organisant les formations nécessaires, afin d'accroître la performance du service et de garantir la qualité des livrables attendus.</p>		<p>Des points de contrôles réguliers sont mis en place pour expertiser les réalisations.</p> <p>Les points de suivi permettent d'identifier les formations ou les points de renforcement nécessaires.</p> <p>La qualité des livrables est garantie au regard des contrôles réalisés.</p>
	<p>C3.1.3. Organiser la communication entre le commanditaire et l'équipe projet, en prévoyant de manière contractuelle le nombre d'aller-retour maximum à l'initiative du client, en animant des</p>		<p>L'offre de services prévoit les conditions pour les aller-retours à l'initiative du client : nombre maximum, délai maximum de réponse des deux parties etc.</p>

	<p>réunions de pilotage opérationnel, afin de garantir le respect de la commande de la solution Web Digitale dans le délai imparti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des preuves de déploiement de la solution web digitale, • Les ajustements réalisés. 	<p>Les comptes rendus de réunion sont fournis. Ils témoignent de la coordination des équipes pour la bonne atteinte des objectifs du projet Web Digital.</p>
<p>A3.2. Pilotage du déploiement de la solution Web Digitale</p>	<p>C3.1.4. Gérer le budget du projet Web Digital, en analysant les dépenses et recettes réalisées, afin de s'assurer du contrôle de l'équilibre financier du projet.</p>	<p>Le candidat fournit ce dossier en amont d'une soutenance orale dans laquelle il sera questionné sur son encadrement lors de ce projet par un jury représentant le comité de direction de l'organisation et lui remet.</p>	<p>Les dépenses engagées sont suivies :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'impact financier des « incidents/ imprévus » est identifié, quantifié et justifié, - Une analyse comparative est réalisée entre les prévisions établies et les dépenses réelles.
	<p>C3.2.1. Évaluer les performances et la qualité de la solution Web Digitale réalisée, en s'assurant de sa fonctionnalité via des contrôles conformité et de sécurité, en veillant à sa responsabilité et son adaptation aux applications inclusives, et en réalisant d'éventuelles actions correctives en préproduction, pour autoriser le déploiement de la solution Web Digitale.</p>		<p>Les contrôles de conformité sont réalisés. Ils permettent de valider que la solution est :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conforme à la commande : les users stories ont toutes été traduites dans des fonctionnalités logicielles adaptées • Sécurisée : le site e-commerce a bien un certificat SSL, les mises à jour recommandées par l'hébergeur sont effectuées • Responsive et inclusive • Déployable pour une mise en production
	<p>C3.2.2. Déployer la solution Web Digitale développée, en supervisant la « mise en production » de la solution, en mettant en place une communication adaptée et accessibles à tous, afin d'attirer les consommateurs et accroître le portefeuille client du commanditaire sur cette solution déployée.</p>		<p>La solution web digitale est déployée de manière agile :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les étapes de projet AGILE sont respectées - Des mises à jour régulières sont programmées - La promotion de la solution digitale est adaptée aux cibles identifiées. <p>Les communications réalisées sur le déploiement de la solution web digitale est adaptée et accessible.</p>

	<p>C3.2.3. Mesurer les retombées de la solution digitale déployée, en étudiant la réaction du marché, le trafic, la satisfaction des consommateurs et les pratiques des concurrents, afin d'évaluer l'impact de la stratégie Web Digitale et prévoir les éventuelles optimisations à mettre en œuvre.</p>		<p>Les analyses des retombées de la solution web digitale sont réalisées : trafic, taux de conversion, coût par lead etc.</p> <p>Les conclusions sont compilées et des actions d'optimisation sont mises en place (ajustement de la planification des publications de contenu, adaptation de la ligne éditoriale selon l'actualité, amélioration continue du développement front end et back end selon les mises à jour des applications d'accessibilité etc.).</p>
<p>Bloc de compétences 4 (optionnel – parcours Développement Digital) : Coordonner le développement d'un site internet ou une application mobile e-commerce</p>			
<p>A4.1. Conception d'un site internet ou d'une application mobile e-commerce</p>	<p>C4.1.1. Piloter la production des maquettes d'un site internet/application mobile e-commerce, en garantissant le respect des exigences du commanditaire et en conformité avec le cahier des charges précédemment défini, afin de concevoir une vision détaillée et concrète de la solution web à développer.</p>	<p>E4.1/E4.2 – Projet Professionnel</p> <p style="text-align: center;">DÉVELOPPEMENT D'UN(E) SITE INTERNET/APPLICATION E-COMMERCE</p> <p>Dans le cadre d'un projet professionnel réel ou simulé développé en entreprise en groupe de 4 personnes maximum, le candidat réalise le développement d'un site internet/application mobile e-commerce.</p> <p>Il réalise un dossier comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'analyse du cahier des charges, • Des maquettes de l'architecture back et frontend du site, • La justification des choix d'outils et langages de développement, • Le cahier des charges technique du Frontend et Backend d'un site, • Les résultats des tests fonctionnels. <p>Il peut s'appuyer sur un CMS avec l'accord de l'équipe pédagogique.</p>	<p>Les maquettes de prévisualisations du projet sont fournies : wireframes et mise en scène des visuels.</p> <p>Elles sont créatives, inclusives et innovantes. Elles respectent la vision définie dans le brief.</p>
	<p>C4.1.2. Sélectionner les outils de développement d'un site internet/application mobile e-commerce, en identifiant les technologies innovantes et en définissant les langages de programmation – code et no-code ainsi que les frameworks, afin de concevoir une architecture digitale compatible pour tous et sécurisée pour l'e-commerce.</p>		<p>Les outils de développement sont définis. Ils intègrent les dernières innovations en code et no-code.</p> <p>Ils permettent de produire le site internet/application mobile.</p> <p>La comptabilité pour tous et la sécurité sont prises en compte.</p>
<p>A4.2. Développement et déploiement d'un site internet ou d'une application mobile e-commerce</p>	<p>C4.2.1. Superviser le développement back et frontend d'un site internet inclusif/application mobile e-commerce inclusive, en s'assurant de la mise en place du serveur, de la base de données et des API nécessaires, en vérifiant que l'intégration de l'ensemble des modules web soit réalisée, en veillant à la communication entre les deux et en s'assurant de leur compatibilité avec les normes d'accessibilité, afin de garantir le fonctionnement et l'accessibilité de la solution web pour tous.</p>		<p>Des tests et contrôle du développement back et frontend permettent de vérifier que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Back et frontend sont « responsive » : la solution web digitale s'adapte à tous types de support - Des outils adaptés (API, BFF...) assurent la communication entre back et frontend - Le backend permet d'administrer le site e-commerce - Le frontend est utilisable pour tous les profils (admin, utilisateur etc.) - Back et frontend rendent le site

		<p>Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury d'experts et lui remet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le dossier • Le site internet/application mobile e-commerce fonctionnel(le) 	<p>inclusif : respect des normes de conception accessibles (structuration, type, taille, couleur de police adapté au plus grand nombre) et compatibilité avec les outils d'accessibilité externes au site (lecteur vocal, navigation clavier etc.).</p>
	<p>C4.2.2. Garantir le fonctionnement et la fonctionnalité d'un site internet/application mobile e-commerce, en validant les résultats des différents tests et optimisation réalisés, en s'assurant de la mise en place de l'infrastructure nécessaire pour l'hébergement web, et en assurant un processus de maintenance et de mise à jour, afin de pouvoir déployer une solution web durable et évolutive.</p>		<p>Le rapport des tests unitaires, tests d'intégration, tests fonctionnels, tests-utilisateurs est analysé au regard du cahier des charges fonctionnels. La maintenance est réalisée. Les phase de mises à jour sont déterminées. L'infrastructure web est paramétrée sur un serveur. La mise en ligne d'un site internet/application mobile e-commerce est réalisée.</p>
<p>Bloc de compétences 5 (optionnel – parcours Marketing Digital) : Optimiser la mise en œuvre de la stratégie marketing digitale d'un site internet ou une application mobile e-commerce</p>			
<p>A5.1. Déploiement de la stratégie marketing digitale d'un site internet/application mobile e-commerce</p>	<p>C5.1.1. Auditer le site/application e-commerce cible, en analysant les indicateurs fournis, afin de pouvoir proposer une stratégie marketing digitale via un choix de canaux adaptés en SEO/SEA, Réseaux sociaux, emailings, contents et affiliations.</p>	<p>E5.1/E5.2 – Projet Professionnel</p> <p>OPTIMISATION DE LA STRATEGIE MARKETING DIGITALE D'UN(E) SITE INTERNET/APPLICATION E-COMMERCE</p>	<p>Les indicateurs d'audit sont analysés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taux de conversion, • Valeur moyenne des commandes, • Taux de rebond, • Taux d'abandon de panier... <p>Les conclusions de l'audit sont formalisées. Des propositions de stratégie marketing digitales sont réalisées.</p>
	<p>C5.1.2. Concevoir la stratégie de contenu de marque, en identifiant les canaux et plateformes de diffusion à privilégier, en déterminant les appétences des consommateurs en termes de types et d'idées de contenus, afin de renforcer la visibilité et l'activité e-commerce de l'entreprise.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet professionnel réel ou simulé développé en entreprise, le candidat supervise la mise en œuvre de la stratégie marketing digitale d'un site internet/application mobile e-commerce.</p>	<p>La stratégie de contenu est élaborée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les types et idées de contenus sont déterminés selon les cibles choisies par le commanditaire. - Le rythme de création et diffusion de contenu est élaboré au regard des usages sur le site.

	<p>C5.1.3. Elaborer le plan de campagne marketing digital d'un site/application adapté à chaque canal utilisé, en s'assurant de sa compatibilité avec les engagements éthiques et durables de l'entreprise, afin d'optimiser le référencement web et attirer/fidéliser les clients sur le site internet/application mobile e-commerce.</p>	<p>Il réalise un dossier comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'analyse de la stratégie actuelle, • Les choix de canaux digitaux pour la mise en place de la stratégie web digitale • Les campagnes digitales réalisées • Le tableau des KPI analysé et les retombées sur l'entreprise • Les optimisations éventuelles <p>Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury d'experts et lui remet le dossier.</p>	<p>Le plan de campagne marketing digital étudie toutes les pistes de campagne digitale :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Article de bloc, • Vidéo, • Infographie, • Publication sur les réseaux, • Newsletter, etc. <p>Les pistes étudiées permettent la rétention des clients sur le site internet/application mobile e-commerce.</p> <p>Le plan proposé respecte les engagements éthiques et durables de l'entreprise et participe à la fidélisation des clients.</p>
<p>A5.2. Gestion de la performance de la stratégie marketing digitale d'un site internet/application mobile e-commerce</p>	<p>C5.2. Optimiser la performance de la stratégie marketing, en planifiant la remontée des données, en mettant en place les outils d'analyse de KPI de chaque canal, en ajustant les campagnes marketings au regard des résultats de l'analyse, afin d'optimiser les campagnes marketing mobile e-commerce.</p>		<p>L'évaluation de la stratégie marketing est organisée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La remontée des données est planifiée, - Les ressources nécessaires à leur analyse sont prévues - Le temps et le budget nécessaire aux corrections et amélioration sont prévus le cas échéant. <p>L'analyse des performances de la stratégie marketing digitale est formalisée, elle permet l'optimisation des campagnes marketing digitales de manière tangible (amélioration des chiffres, taux de satisfaction etc.)</p>
<p>Bloc de compétences 6 (optionnel – parcours Design Digital) : Conduire la démarche UX/UI Design d'un site internet ou une application mobile e-commerce</p>			
<p>A6.1. Création du parcours utilisateurs UX pour le design d'interface UI pour un site internet/application mobile e-commerce</p>	<p>C6.1.1. Elaborer la cartographie UX du parcours utilisateur, en définissant les étapes clés par lesquelles passe le profil type du client sur le site internet/application mobile e-commerce, en prenant en compte les risques liés à l'inclusivité, afin d'établir les scénarios conduisant à l'acte d'achat en ligne.</p>	<p><u>E6.1/E6.2 – Projet Professionnel</u></p> <p>CONCEPTION ET OPTIMISATION UX/UI DESIGN D'UN(E) SITE INTERNET/APPLICATION E-COMMERCE</p> <p>Dans le cadre d'un projet professionnel réel ou simulé, une entreprise souhaite refondre</p>	<p>Le persona du client type est fourni.</p> <p>La cartographie UX du parcours utilisateurs est formalisée en logigramme.</p> <p>Cette cartographie maximise le parcours du client en prenant en compte les risques liés à l'inclusivité.</p> <p>Elle est en lien avec les objectifs de vente d'un site internet/application mobile e-commerce.</p>

	<p>C6.1.2. Conduire l'étape de création de l'interface utilisateur UI inclusive, en créant avec des outils de design graphique des wireframes/maquettes de l'interface sur la base du parcours UX élaboré, afin de visualiser l'agencement des éléments d'un site internet/application mobile e-commerce et sa navigation.</p>	<p>son site internet/application mobile e-commerce pour améliorer l'expérience utilisateur et augmenter les taux de conversion.</p> <p>Le candidat a la charge de la conception UX/UI.</p>	<p>Les maquettes de prévisualisations d'un site internet/application mobile e-commerce sont fournies : wireframes et mise en scène des visuels.</p> <p>Elles sont créatives, inclusives et innovantes. Elles respectent la vision définie dans le brief.</p>
<p>A6.2. Intégration de la démarche UX/UI dans un système d'amélioration continue</p>	<p>C6.2.1. Garantir l'intégration de la démarche UX/UI inclusive et écoresponsable sur le site internet/application mobile e-commerce, en coordonnant l'équipe UX/UI Design avec l'équipe de développement technique, en les sensibilisant aux enjeux d'éco-conception et d'accessibilité, afin de livrer une solution e-commerce conforme aux attentes.</p>	<p>Il fournit un dossier précisant la démarche :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaboration de la cartographie UX design, • Création des maquettes UI design, • Coordination et intégration de la démarche UX/UI design • Optimisation avec phase d'audit 	<p>Les équipes UX/UI et techniques sont coordonnées. Cela permet d'assurer la compatibilité de l'interface UX/UI avec l'architecture informatique d'un site internet/application mobile e-commerce. La démarche UX/UI design prend en compte les enjeux d'écoresponsabilité et d'inclusivité.</p>
	<p>C6.2.2. Organiser la phase d'audit UX/UI d'un site internet/application mobile e-commerce finalisé, en mesurant les impacts de la démarche de la stratégie, afin de mettre en place un système d'amélioration continue via des mises à jour et des optimisations de l'expérience client et de l'interface utilisateur.</p>	<p>Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury d'experts et lui remet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le dossier • Les wireframes/maquettes 	<p>Une stratégie d'audit est mise en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les phases d'audit sont planifiées - La nature et le nombre des tests sont déterminés : tests d'utilisabilité, test A/B, heatmaps.... - Des révisions et corrections sont menées, le cas échéant.