



مركز الإعلام والتكوين والتوثيق والدراسات في تكنولوجيا المواصلات

Le Centre d'Information, de Formation, de Documentation et d'Etudes en Technologies des communications  
The Center of Information, Training, Documentation, and Studies in Communication Technologies

## Etude prospective sur les métiers générés par les TIC



Etude réalisée par  
le service des études  
du CIFODE'Com  
Décembre 2014



## Table des matières

<b>1. Introduction</b> .....	2
<b>2. Les objectifs généraux de l'étude</b> .....	3
<b>3. Méthode de Recherche</b> .....	3
<b>4. Quelques définitions</b> .....	3
<b>5. Généralité sur les TIC</b> .....	4
5.1. Secteur TIC en Tunisie.....	4
5.2. La place des NTIC dans les économies des pays.....	8
<b>6. Les TIC et le travail</b> .....	9
<b>7. La recomposition des métiers</b> .....	10
7.1. L'impact des TIC sur les métiers et les compétences.....	10
7.2. Les professions liées aux NTIC.....	10
<b>8. Les principaux métiers en développement</b> .....	12
8.1. Les métiers informatiques .....	12
8.2. Les métiers du marketing .....	12
8.3. Les métiers de création .....	12
8.4. Les métiers de la communication et de l'éditorial.....	13
8.5. Les métiers du gaming.....	13
<b>9. Processus d'élaboration d'un référentiel de formation</b> .....	13
<b>10. Conclusion</b> .....	15
<b>Annexe</b> .....	17
<b>Bibliographie</b> .....	49

## 1. Introduction

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication occupent une place croissante au sein de notre société. En effet plus ou moins consciemment les NTIC sont omniprésents. Leur influence qui ne fait que croître s'applique dans plusieurs domaines. Au niveau social, culturel mais aussi et surtout au niveau économique. Elles occupent une place importante dans les économies développées. Grâce à différentes applications dans l'organisation du travail elles sont souvent créatrices d'emplois et participent de manière non négligeable à la croissance économique.

Les relations entre mutations technologiques, nouvelles formes d'organisation et évolution des compétences ont été relevées et analysées depuis longtemps. Rien d'étonnant donc, à ce que le développement récent des technologies de l'information et de la communication (TIC) se soit accompagné d'une transformation des qualifications et de la redéfinition de certains métiers.

Conformément aux dispositions du Décret n° 2000-2827 du 27 novembre 2000, le Centre d'Information, de Formation, de Documentation et d'Etudes en Technologies de Communications, CIFODE'COM, est chargé de participer à la réalisation d'études prospectives concernant le marché du travail dans le domaine des communications, compte tenu des évolutions technologiques, et ce dans le but d'enrichir les cycles de formation et de recyclage et de répondre, aux besoins du secteur en ressources humaines et dans les spécialités demandées.

Dans ce cadre, le CIFODE'COM se propose de mener une étude prospective sur les nouveaux métiers générés par les TIC ainsi que sur les cursus de formation associés à la qualification à ces nouveaux métiers.

Dans ce rapport, on va tout d'abord présenter la situation du secteur TIC en Tunisie et la place des TIC dans les économies des pays. Ensuite, on fait le lien entre les TIC et le travail. D'autre part, on va montrer comment les métiers se recomposent en mettant en évidence l'impact des TIC sur les compétences et les professions. De plus, on va lister les principaux métiers en développement influés par les TIC. Finalement, on présente le processus d'élaboration d'un référentiel de formation à partir d'un référentiel métiers-compétences.

---

## 2. Les objectifs généraux de l'étude

L'objectif de cette étude est de montrer comment les TIC ont permis la redéfinition des métiers existants et la génération d'autres nouveaux.

Il s'agit aussi de préparer les fiches métiers des principaux métiers influés par les TIC, ainsi que le processus d'élaboration du cursus formation.

## 3. Méthode de Recherche

La méthode documentaire nous a permis de collecter des informations nécessaires en vue de l'élaboration de la structure de ce travail.

Grâce à l'Internet nous sommes quand même arrivés à constituer un grand nombre des données pour mener à bien ce travail de recherche.

## 4. Quelques définitions

### 4.1. Un Métier

En gestion des ressources humaines, la notion de métier peut être résumée comme l'ensemble des *savoir-faire* (ou capacités techniques) acquis, par l'apprentissage ou l'expérience, par l'individu. Selon G.Le Boterf (en 2000) le métier se définit traditionnellement par quatre grandes caractéristiques :

1. un corpus de savoirs et de savoir-faire essentiellement techniques ;
2. un ensemble de règles morales spécifiques à la communauté d'appartenance (exemple des comptables qui obéissent aux principes comptables) ;
3. une identité permettant de se définir socialement (« je suis secrétaire », « je suis ingénieur »... ) ;
4. une perspective d'approfondir ses savoirs et ses savoir-faires par l'expérience accumulée (apprentissage via la pratique et l'expérience ou *learning by doing*).

La notion de métier est souvent synonyme de la notion de profession ou d'activité professionnelle. [1]

### 4.2. TIC

Les notions de technologies de l'information et de la communication (TIC) et de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) regroupent les

techniques principalement de l'informatique, de l'audiovisuel, des multimédias, d'Internet et des télécommunications qui permettent aux utilisateurs de communiquer, d'accéder aux sources d'information, de stocker, de manipuler, de produire et de transmettre l'information sous toutes les formes: texte, document, musique, son, image, vidéo, et interface graphique interactive.

En ce qui concerne les NTIC, le terme tend à qualifier plus particulièrement les problématiques résultant de l'intégration de ces technologies au sein des systèmes institutionnels, recouvrant notamment les produits, les pratiques et les procédés potentiellement générés par cette intégration. [1]

## 5. Généralité sur les TIC

### 5.1. Secteur TIC en Tunisie

#### a. Infrastructures : Une infrastructure de référence mondiale

La Tunisie est la 50ème selon «The Global Information Technology Report 2011-2012» de Davos (Inde 69ème Roumanie 67ème, Egypte 79ème, Maroc 91ème).

La Tunisie a connu une évolution technologique en terme d'infrastructure de communication qui fait partie des plus modernes du bassin méditerranéen, fort de commutateurs multifonctions à haut débit qui assurent en même temps le trafic téléphonique, l'Internet et le multimédia et d'une culture numérique étendue sur tout le territoire. [2]

Rang	Pays	Score
23	France	5,12
50	Tunisie	4,12
69	Inde	3,89
59	Grèce	3,99
67	Roumanie	3,90
51	Chine	4,11
79	Egypte	3,77
91	Maroc	3,56

Source : 2012 Global Information Technology Report Davos World Economic Forum

Tableau 3 : Classement selon le 'Networked Readiness Index'

### **b. Parcs technologiques**

Pour favoriser le développement des entreprises et l'implantation d'activités à forte valeur ajoutée, la Tunisie a fait le pari de l'innovation et s'est dotée d'un ambitieux programme de parcs technologiques visant à mettre en place plus de 10 parcs technologiques spécialisés ou non. Ce programme comprend actuellement trois parcs spécialisés en TIC : Informatique et Multimédia à Sfax, Informatique et Electronique à Sousse et Technologies de la Communication à Tunis ; en plus de l'ajout d'une composante TIC sectorielle dans tous les autres parcs (bio-informatique,...).

Cadre idoine favorisant les synergies entre l'Industrie, la Recherche et l'Université, les parcs technologiques ont favorisé l'émergence d'entreprises innovantes et le développement des entreprises étrangères en Tunisie. [2]

### **c. Cyberparcs**

L'objectif de cyber parc est d'offrir des espaces fonctionnels avec des équipements et des réseaux de communications modernes et spécialisés pour accueillir les promoteurs qui désirent monter des projets de services basées sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Ces services sont orientés vers les organismes économiques et administratifs implantés dans la région ou dans d'autres endroits du pays ou à l'étranger sous forme de services à distance.

Les cybers parcs sont des espaces réservés à des activités en rapport avec les TIC, il s'agit de :

- Centres d'appels.
- Développements des logiciels.
- Développements et mise à jour des sites web.
- Services à distance en relation avec le TIC.
- Hébergement pépinières d'entreprises.

La stratégie nationale consiste en la mise en place d'un cyber parc dans chaque région du pays.

Il existe maintenant 15 cyberparcs répartis sur 15 gouvernorats. Les cyberparcs contiennent 143 entreprises créant 948 emplois. [3]

### **d. Formation de base en TIC**

**La formation en Tunisie est de haut niveau axée sur les TIC :**

- Plus de 50 000 étudiants inscrits dans différentes filières TIC.

- Plus de 13000 diplômés en TIC par an.
- Plus de 200 filières de formation universitaire en TIC.

	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013
<b>Nombre total des étudiants inscrits dans les filières des TIC</b>	59 848	59 114	55 963	53 610
<b>Pourcentage des étudiants inscrits dans les filières des TIC</b>	16,5%	16,5%	16,6%	16,2%
<b>Nombre total des diplômés en TIC</b>	13 548	14 102	13 030	
<b>Pourcentage des diplômés en TIC</b>	17,5%	19,5%	19,9%	

*Source : Ministère de l'Enseignement Supérieur et de Recherche Scientifique*

**Tableau1** : Evolution de la formation TIC en Tunisie

#### e. L'emploi dans le secteur TIC

Le tableau ci-dessous montre l'évolution de l'emploi dans le secteur TIC. On remarque une croissance des emplois de 58176 en 2006 à 99739 en 2012. Ce développement explique le rôle important que joue les TIC dans la création des emplois.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>L'emploi dans le secteur privé</b>	25 945	27 609	31 084	32 856	47 837	57 445	64 999
<b>Nombre des salariés</b>							
<b>Nombre de chefs d'entreprise « Personne physique »</b>	13394	13672	13812	14063	16958	16263	15849
<b>Total</b>	39 339	41 281	44 896	46 919	64 795	73 708	80 848
<b>L'emploi dans le secteur public</b>	18 837	18 784	19 109	18 939	19 032	19 126	18 891
<b>L'emploi total dans le secteur TIC</b>	58 176	60 065	64 005	65 858	83 827	92 834	99 739
<b>Contribution du secteur dans l'emploi</b>	1,9%	1,9%	2,0%	2,1%	2,6%	3,0%	3,1%

*Source : Ministère de l'Enseignement Supérieur et de Recherche Scientifique*

**Tableau2** : Evolution de l'emploi en TIC en Tunisie

**f. Indicateurs fondamentaux sur l'utilisation des TIC par les Entreprises selon le secteur d'activité**

Le tableau ci-dessous montre une forte utilisation des TIC par les entreprises qui atteint des pourcentages de 100% dans certains secteurs (la poste et télécommunication, l'éducation et la production de l'électricité et de gaz).

Secteur d'activité	Année 2009		Année 2011	
	B1*	B3*	B1	B3
Industries extractives	97,1%	92,1%	88,7%	84,4%
Industries manufacturières	76,3%	64,1%	81,7%	78,5%
Prod/dist d'élect, de gaz et d'eau	100%	100%	100%	100%
Construction	89,3%	80,3%	87,8%	77,9%
Commerce ;réparat. auto ;articles domestiques	89,4%	65,8%	92,6%	83,9%
Hôtels et restaurants	61,9%	61,9%	65,4%	69%
Transports	96,3%	94,5%	93,9%	87,6%
Poste et télécommunications	100%	100%	100%	100%
Activités financières	99,2%	94,3%		
Immoob ;loc ;serv aux entreprises	95,2%	90,3%	71,5%	67,9%
Education	100%	100%	100%	100%
Santé et action sociale	91,1%	57,9%	100%	100%
Serv collectifs, sociaux, personnels	97,3%	45,3%	82,5%	82,5%

*Source: Institut National de la Statistique – Enquête Nationale sur les activités Economiques*

**Tableau3 : Utilisation des TIC par les entreprises**

**Indicateurs**

**B1\*** : Proportion des entreprises utilisant des ordinateurs

**B3\*** : Proportion des entreprises utilisant l'Internet



## 5.2. La place des NTIC dans les économies des pays

Le **Networked Readiness Index (NRI)** évalue la disponibilité de 144 pays à exploiter les TIC en termes de croissance et de prospérité ; il place la Finlande (1<sup>ère</sup>), Singapour (2<sup>ème</sup>) et la Suède (3<sup>ème</sup>) en tête du classement. Les Pays-Bas (4<sup>ème</sup>), la Norvège (5<sup>ème</sup>), la Suisse (6<sup>ème</sup>), le Royaume Uni (7<sup>ème</sup>), le Danemark (8<sup>ème</sup>), les Etats-Unis (9<sup>ème</sup>) et Taiwan, République de Chine, (10<sup>ème</sup>) complètent la liste des 10 premiers.

Economy	2013	2012	
Finland	1	3	↑
Singapore	2	2	→
Sweden	3	1	↓
Netherlands	4	6	↑
Norway	5	7	↑
Switzerland	6	5	↓
United Kingdom	7	10	↑
Denmark	8	4	↓
United States	9	8	↓
Taiwan (China)	10	11	↑

**Tableau 4** : Classement des pays selon le **NRI**

Pour le mesurer, l'indice NRI calcule la disponibilité d'un pays à exploiter pleinement les TIC en termes de :

- 1) Infrastructures TIC, coût d'accès et disponibilité des compétences requises pour un usage optimal ;
- 2) Acceptation et utilisation des TIC par les gouvernements, l'économie et la population ;
- 3) Contexte économique et climat novateur, cadre politique et réglementaire ;
- 4) Impact économique et social des TIC.

“L'analyse montre combien les investissements parallèles dans les TIC et le développement des compétences et de l'innovation peuvent aider une économie à

franchir un seuil magique au-delà duquel le rendement sur les investissements peut augmenter de façon significative » dit Bruno Lanvin, co-auteur du rapport. « Chaque pays devra identifier les éléments qui le séparent de ce seuil afin d'atteindre les objectifs de croissance, de compétitivité et d'innovation à long terme». [4]

## 6. Les TIC et le travail

L'introduction des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les organisations conduit à s'interroger sur leurs possibles effets sur le travail et les conditions de sa réalisation. En fait, il convient plutôt de parler d'interaction entre les technologies et le travail. Car les nouvelles technologies changent bien sûr le travail, mais de nouvelles organisations du travail appellent en retour l'émergence d'outils adaptés à un contexte en évolution.

Ce qui est apparu ces dernières années, c'est l'utilisation massive des technologies de l'information dans tous les secteurs de l'activité, et dans pratiquement tous les métiers: les salariés utilisent couramment des outils de gestion de l'information et des outils de communication issus de l'informatique.

La nature du travail elle-même a changé. La matière première est devenue de plus en plus immatérielle : l'information. Le travail est chaque jour plus abstrait, l'effort s'exerçant plus sur des symboles que sur la matière.

Ce qu'il ne faut pas oublier, c'est que les TIC s'insèrent dans un contexte socio-organisationnel pré-existant. Elles ne créent pas par elles-mêmes de nouvelles formes organisationnelles, mais provoquent une réaction de l'organisation pré-existante, qui se voit le plus souvent obligée d'évoluer. Les TIC ne sont pas déterminants, elles constituent plutôt un catalyseur des changements organisationnels.

Les TIC peuvent finalement conduire à plus d'autonomie, à un enrichissement des fonctions, à de nouvelles organisations plus flexibles permettant le développement des compétences individuelles, et créer des opportunités pour un meilleur équilibre entre le travail et la vie hors travail. [5]

---

## 7. La recomposition des métiers

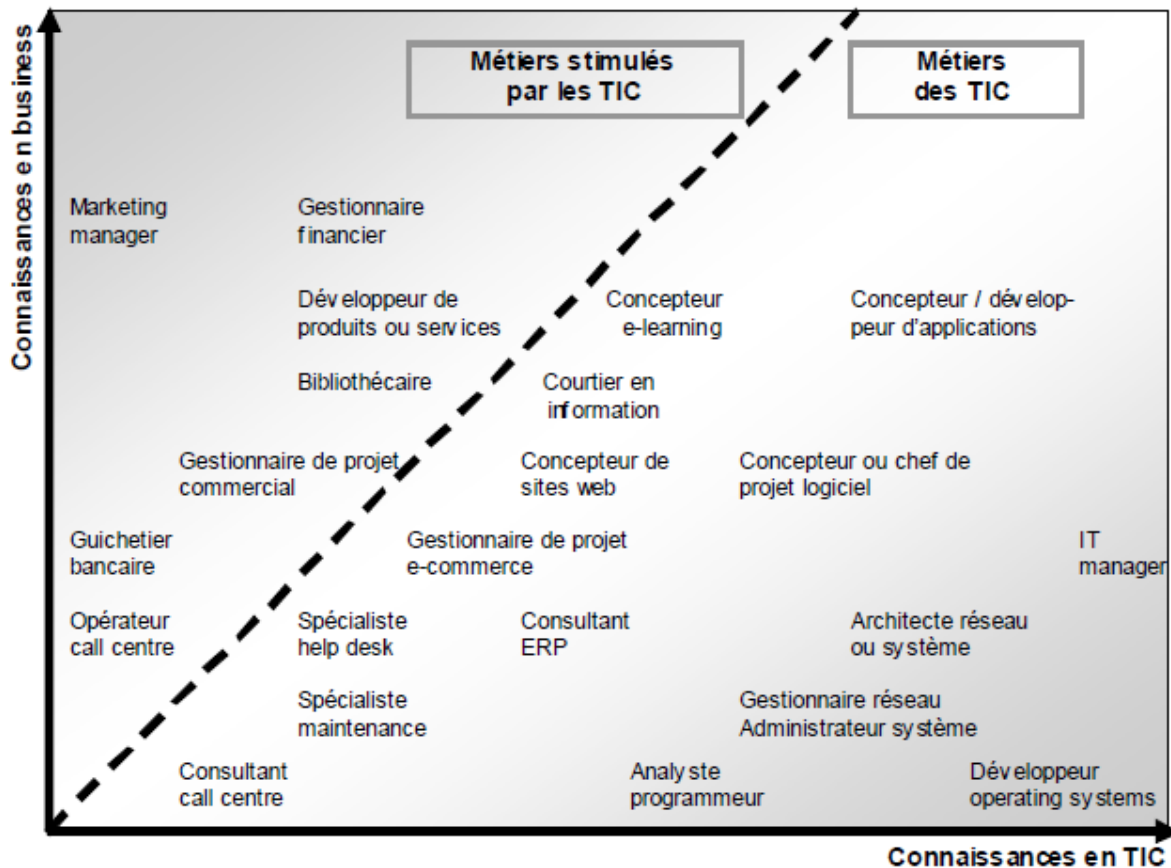
### 7.1. L'impact des TIC sur les métiers et les compétences

Les métiers liés aux TIC concernent aujourd'hui tous les secteurs d'activité. L'essor particulièrement rapide des technologies et des possibilités offertes par ce moyen de communication multisupport a amené les entreprises à intégrer dans leurs pratiques les opportunités offertes par ces technologies et à recruter ou former des spécialistes.

Tous les secteurs et les métiers sont touchés par la multiplication des usages des TIC dans leur quotidien professionnel. Les TIC ont entraîné des changements organisationnels importants, notamment dans le secteur des services et du commerce : développement de la vente multicanal, et de manière plus générale, davantage de décentralisation des prises de décision ou de flexibilité dans les modes de travail (par exemple : développement du télétravail, du travail nomade). La complexité croissante des technologies amène les entreprises à recruter des spécialistes de plus en plus pointus, tant dans les fonctions techniques de l'informatique que dans le marketing et la communication. De nouveaux usages apparaissent chez les consommateurs, générant de nouveaux métiers liés au TIC ou redéfinissant en profondeur des métiers existants.

### 7.2. Les professions liées aux NTIC

Aujourd'hui, les compétences techniques en informatique et les compétences liées aux métiers des utilisateurs sont de plus en plus imbriquées. D'une part, dans de nombreux secteurs où les TIC constituent un support indispensable à l'activité, les employés doivent acquérir et maintenir un socle de compétences informatiques de plus en plus large. D'autre part, les spécialistes des TIC doivent de plus en plus souvent posséder aussi une bonne connaissance du domaine d'activité économique dans lequel ils travaillent. Il est toutefois important de continuer à distinguer professionnels et utilisateurs. La formation initiale et continuée des uns et des autres, de même que leurs trajectoires professionnelles et leurs conditions de travail, ne sont pas identiques.



Source : WWW-ICT, Commission européenne, programme IST, rapport D1

Figure 1 : métiers des TIC et métiers « stimulés par les TIC »

### Quelques exemples

La figure 1 positionne une série de métiers liés aux TIC dans un graphique à deux axes : horizontalement, les connaissances spécialisées en TIC ; verticalement, les connaissances liées à un métier ou à un secteur d'activité particulier. La diagonale sépare les métiers liés aux TIC en deux catégories. Si les connaissances en TIC l'emportent sur les connaissances « business », on parlera de métiers des TIC. Si les connaissances « business » sont plus importantes, alors on parlera de métiers confortés ou stimulés par les TIC (en anglais : *ICT-enabled occupations*). En fait, la diagonale de la figure 1 est plutôt une zone grise de recouvrement entre compétences en TIC et compétences spécifiques à une activité. Ce recouvrement des compétences caractérise de nombreux métiers qui s'occupent davantage des contenus de l'information que du traitement de l'information. C'est notamment le cas de nombreux métiers du multimédia, du commerce électronique et d'internet. [6]

---

## 8. Les principaux métiers en développement

### 8.1. Les métiers informatiques

Ces métiers sont au cœur de l'évolution des technologies, notamment des technologies mobiles. Avec le développement des sites et des nombreuses applications liées au Web et au Web mobile, les entreprises ont toujours des besoins importants en développeurs web, directeurs et chefs de projets techniques et recherchent des compétences de plus en plus spécialisées pour maîtriser les technologies.

Pour répondre à l'augmentation des contenus, tant en volume qu'en support (texte, image, photos, vidéos...), les architectes web doivent être capables de construire des sites importants supportant des volumes de connexion de plusieurs milliers d'internautes.

Enfin, la sécurité est aujourd'hui un enjeu majeur pour l'ensemble du Web, mais encore plus pour l'e-commerce et les transactions bancaires, Internet permettant les intrusions malveillantes. Les ingénieurs sécurité web sont devenus de véritables experts : spécialistes de l'authentification, de l'intrusion, de la cryptographie,...

### 8.2. Les métiers du marketing

Ces métiers sont très fortement touchés par l'évolution des usages des TIC : les techniques de marketing sur le Web ont eu pour conséquence une diversification des besoins, entraînant la création de nouveaux métiers tels que le *webmarketer*, le chef de produit services web, le *social media manager*, ou encore le *webanalyser* ou le *dataminer* pour travailler sur l'ensemble de la stratégie marketing des sites, veiller à l'augmentation du trafic et être force de proposition en matière de marketing stratégique et opérationnel.

D'autres métiers nouveaux ont vu le jour, destinés à donner de la visibilité aux sites, à générer le maximum de trafic et ainsi à se démarquer de la concurrence : il s'agit du référentiel et du *traffic manager*.

### 8.3. Les métiers de création

Avec l'évolution des sites web et le déploiement visuel de tous les services sur Internet, les métiers de directeur artistique web et de graphiste web sont amenés à se développer surtout en agence. En plus des pré-requis artistiques, les créatifs du

multimédia doivent savoir combiner les technologies classiques (DAO, CAO, PAO), avec les outils de création sur le Web.

#### 8.4. Les métiers de la communication et de l'éditorial

Ces métiers ont été également révolutionnés par l'arrivée de ce nouveau support. Si les grands groupes ont très tôt vu la nécessité de recruter des personnes capables d'assurer la responsabilité de l'éditorial web, de plus en plus d'entreprises (sites de e-commerce, agences de communication, grandes entreprises du secteur privé et public, collectivités territoriales, associations...) ont intégré progressivement ce type de compétences dans leurs équipes. Avec le développement du Web 2.0 et des réseaux sociaux, les entreprises ont créé la fonction de *community manager*, en charge de la communication sur le Web et sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) ou sur les réseaux professionnels (Viadeo, LinkedIn...).

#### 8.5. Les métiers du gaming

Le passage du jeu vidéo au jeu en ligne et/ou au jeu sur *smartphone* amène les directeurs de création de jeux et les *game designers* à prendre en compte les spécificités du jeu en ligne dans la conception des produits.

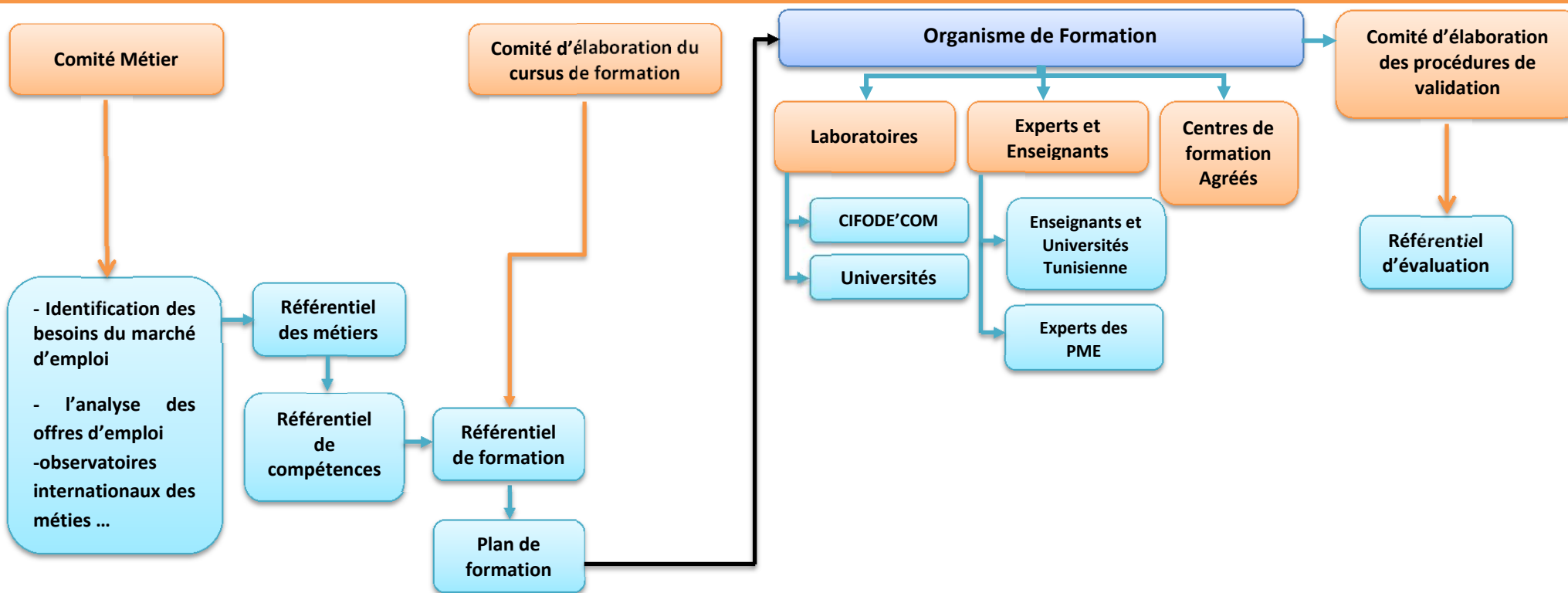
**Enfin**, un certain nombre de fonctions support se sont développées sur le Web, dont le juriste spécialisé en droit de l'Internet et des nouvelles technologies. Avec la croissance du e-commerce et les problématiques de propriété intellectuelle sur le Web, les entreprises font appel à des cabinets juridiques ou recrutent des juristes experts dans ce domaine. A terme, la fonction devrait se spécialiser avec des problématiques de droit à l'image, de protection de l'identité numérique, de propriété intellectuelle ou de e-commerce. [7]

### 9. Processus d'élaboration d'un référentiel de formation

Le logigramme ci-après décrit la stratégie que CIFODECOM pourrait adopter pour la mise en place d'une politique de formation métier qualifiante :

Cadre réglementaire

« Formation Métier »



Un cadre réglementaire doit être mis en place pour que les diplômes soient reconnus à l'échelle nationale et donner une crédibilité à la formation métier.

- **Comité Métier** : ce comité a un rôle bien particulier, c'est l'identification et l'analyse des nouvelles besoins du marché Tunisienne d'emploi dans le domaine du TIC. Suite à cette analyse, ce comité est chargé d'élaborer un **référentiel des métiers** qui décrit les fonctions et énumère les activités et les tâches des profils des professionnels de chaque métier, en tenant compte de leur contexte socioprofessionnel.

Sur la base de ce référentiel des métiers, le comité élabore ensuite **un référentiel de compétences** qui permet de dégager toutes les compétences requises pour exercer les métiers décrites dans le référentiel des métiers.

- **Comité d'élaboration du cursus de formation** : ce comité a un rôle de définir **un référentiel de formation** qui permettra de favoriser la maîtrise effective des compétences nécessaires.

Le référentiel de formation détaillent les objectifs, les cours, les méthodes d'enseignement-apprentissage, la planification des alternances cours et stages de chaque métier.

- **Organisme de Formation**

Cet organisme a comme rôle d'assurer la logistique de la formation et la transmission des connaissances et des savoir-faire liés à un métier.

- **Comité d'élaboration des procédures de validation** : il permet d'élaborer les procédures d'évaluation et les examens afin de valider la formation et ce en se basant sur les plans de formations prédéfinis.

## 10. Conclusion

De nombreux facteurs, d'ordres économiques, technologiques, sociétaux ou encore réglementaires, impactent les métiers et leurs évolutions.

Les nouvelles technologies de l'information jouent un rôle important dans ce phénomène en apportant de nouveaux challenges, de nouveaux besoins à appréhender.

Les profils des professionnels des TIC dont les entreprises ont besoin et les technologies que les entreprises utilisent évoluent rapidement, obligeant les



opérateurs de la formation professionnelle aux TIC à adapter leurs formations presque en continu.

Pour faire face à cette nécessité de conserver des profils de formation pertinents sur le marché de l'emploi, les opérateurs de formation utilisent différentes sources d'information à partir desquelles ils évaluent et modifient leurs formations.

Les principales sources utilisées sont les suivantes :

- Les feed-back qui en sont faite par les candidats et par les entreprises ;
- Le recours à des réseaux de consultants, d'experts et d'académiques compétents dans le domaine des TIC ;
- L'apport des formateurs, qui se tiennent au courant des évolutions et qui, pour un certain nombre d'entre eux, travaillent dans le secteur des TIC ;
- La lecture de la presse professionnelle, l'analyse des offres d'emploi, l'analyse de l'évolution des formations proposées par le secteur privé.

# Annexe

## Les fiches métiers

Métiers du Webdesign et de Création	
Webdesigner	
<b>Présentation</b>	<p>Le Webdesigner a pour mission de créer des sites Internet attractifs en intervenant sur différentes parties : charte graphique, images, illustrations, montage, typographie, couleurs... Cette fonction, à mi-chemin entre le graphisme et l'informatique, nécessite de bonnes bases informatiques, mais surtout un coup de crayon et un certain sens créatif.</p> <p>Il agit en étroite collaboration avec d'autres professionnels (directeur artistique, photographe, animateur 3D, programmeur), d'où l'importance de savoir travailler en équipe. Le Webdesigner peut s'investir dans une agence, dans un studio de design ou de production de jeux vidéo ou encore dans une firme informatique.</p>
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déterminer les besoins du client, connaître ses impératifs financiers et techniques</li> <li>• Établir la charte graphique et l'identité visuelle du site Internet</li> <li>• Concevoir et réaliser les images, les graphiques, les illustrations et les animations</li> <li>• S'assurer de la cohérence visuelle et ergonomique de la réalisation</li> <li>• Élaborer les esquisses et la maquette de présentation</li> <li>• Réaliser ou faire réaliser la solution graphique</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtriser les logiciels de création Web, de graphisme et d'animation : Photoshop, Illustrator, Quark, Acrobat, Flash</li> <li>• Connaître l'environnement Windows</li> <li>• Avoir des notions en langages HTML et Java</li> <li>• Posséder une bonne culture générale, utile pour la recherche d'idées</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esprit créatif et imaginatif</li> <li>• Grande curiosité</li> <li>• Sens de l'observation</li> <li>• Travail d'équipe</li> <li>• Résistance au stress (respect des délais)</li> </ul>
Game designer web / Concepteur de jeux web	
<b>Présentation</b>	<p>Le concepteur de jeux web ou game designer web crée des jeux accessibles via un navigateur web et développés avec les technologies du web (Flash, Unity3d, HTML...).</p> <p>Son rôle est d'élaborer le principe du jeu : ses mécaniques, son concept et ses règles et de concevoir son univers (genre, histoire, personnages, décors, etc.).</p> <p>Pour ce faire, il doit tenir compte des spécificités propres au web et notamment des comportements et habitudes des internautes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• présence sur les réseaux sociaux,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• temps de jeu courts et segmentés,</li> <li>• investissement financier moindre (offre de jeux gratuits dont la monétisation est basée sur la publicité et la vente d'objets virtuels),</li> <li>• cible variée,</li> <li>• diversité des terminaux et des périphériques utilisés (écran d'ordinateur, clavier, souris, téléphone, tablette...).</li> </ul> <p>La conception de jeux web nécessite des compétences à la fois créatives et techniques.</p> <p>Le game designer peut être amené à concevoir différents types de jeux web allant du simple jeu publicitaire à la conception d'un univers virtuel de grande ampleur (Second Life, Dofus, Club Penguin, Habbo Hotel...).</p> <p>Ces jeux peuvent être diffusés sur différentes plates-formes : via les réseaux sociaux (Facebook, Google+, etc.) ou sur des portails de jeux dédiés.</p>
<b>Missions</b>	<p>Le game designer web assure la rédaction du <i>Game Design Document</i>, qui présente en détail l'ensemble des informations conceptuelles et techniques du jeu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• type de jeu : action, énigme, etc.,</li> <li>• public cible : casual ou hardcore gamer (joueur occasionnel ou passionné)</li> <li>• objectifs ludiques ou pédagogiques du jeu,</li> <li>• plates-formes de diffusion,</li> <li>• techniques utilisées pour sa réalisation,</li> <li>• mécanique de monétisation du jeu (micro paiement, achat d'objets virtuels etc.).</li> </ul> <p>C'est à partir de ce document que l'équipe de production développera le jeu. Tout au long de la réalisation du jeu, le game designer web collabore étroitement avec toute l'équipe de production (développeurs, graphistes, testeurs). Il est responsable du <i>gameplay</i> ("principe de jeu" en français) et il est chargé de rendre le jeu le plus interactif et attractif possible afin d'enrichir l'expérience de jeu de l'utilisateur et de le maintenir pleinement immergé dans le jeu, dans un état de concentration maximale.</p>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtrise d'un ou plusieurs logiciels permettant de concevoir des jeux vidéos web (Adobe Flash, Unity3d...)</li> <li>• Connaissance d'un ou plusieurs langage(s) de programmation (HTML, ActionScript, Javascript, etc.)</li> <li>• Pratique courante des logiciels de bureautique (Word, Excel, PowerPoint, ou équivalents)</li> <li>• Travail en équipe</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir une sensibilité artistique et créative</li> <li>• Être capable de travailler en équipe</li> <li>• Posséder une bonne ouverture d'esprit et se montrer curieux</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire preuve de rigueur et d'organisation</li> <li>• Se révéler force de proposition</li> <li>• S'adapter aux changements et au travail sous pression</li> <li>• Savoir conserver un œil neuf sur son travail et prendre du recul</li> </ul>
<b>Directeur artistique web</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le Directeur artistique web ou DA web est le garant de la cohérence visuelle d'un site en termes d'image et d'ergonomie. Il crée, avec son équipe, l'identité d'un produit ou d'un service sous tous ses aspects : graphisme, animations, illustrations, vidéos, son, musique... Il veille au confort de navigation des internautes et à assurer une parfaite lisibilité des informations. Il doit convaincre de la valeur de son idée et assurer sa réalisation. C'est une fonction de plus en plus polyvalente, demandant de multiples talents (en raison des nouvelles technologies et des nouveaux enjeux comme par ex. le e-commerce, le web social, le marketing mobile, etc.), qui va parfois jusqu'au poste de Motion designer. On lui demande parfois aussi de justifier de solides connaissances en webmarketing.</p>
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechercher des pistes créatives</li> <li>• Valoriser l'identité digitale d'une marque</li> <li>• Mettre en scène le produit ou le service qu'on lui confie</li> <li>• Concevoir des campagnes sur les réseaux sociaux</li> <li>• Adapter la charte « papier » existante au format multimédia</li> <li>• Développer des synergies entre le canal web et les autres supports</li> <li>• Définir la charte graphique du projet : les visuels, les couleurs, les typographies, les animations, les fonctionnalités et les enchaînements d'écrans</li> <li>• Réaliser des bannières, des animations ou des spots vidéo adaptés à la diffusion sur Internet</li> <li>• Superviser le pôle artistique et diriger les Graphistes, <a href="#">Motion designer</a> et Webdesigners</li> <li>• Observer et analyser les tendances dans tous les domaines de la création</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excellente culture web</li> <li>• Connaissance des codes et environnements (Javascript, HTML, PHP, CSS, My SQL, XLM)</li> <li>• Maîtrise des logiciels graphiques (Photoshop, Illustrator, Dreamweaver, Flash, After effect...)</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curiosité</li> <li>• Capacité à se remettre en question</li> <li>• Aptitude à adopter de nouvelles approches</li> <li>• Talent créatif : sens artistique, sensibilité graphique</li> </ul>

	et visuelle
<b>Les métiers des réseaux sociaux et de la création de contenu</b>	
<b>Community Manager / Animateur blog</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Nouveau métier né de l'évolution du web 2.0 et plus particulièrement de l'émergence du Social Media (réseaux sociaux), le <b>Community Manager</b> est le représentant, l'ambassadeur d'une marque, d'une entreprise ou d'un produit sur internet. Son rôle consiste à parler et faire parler de l'entreprise et de ses produits ou de la marque sur le web en intervenant à la fois sur la veille d'informations, la mise en place de contenus ainsi que la création et l'animation de communautés.</p> <p>Le Community Manager a pour première mission de développer la visibilité d'une marque sur Internet au sein des communautés Web. Il doit ainsi identifier les médias sociaux externes (sites, blogs ou réseaux sociaux) qui parlent de cette marque afin de répondre et de mieux contrôler ce qui s'y dit. Il doit aussi participer à la création d'espaces d'échange dédiés à la marque (pages fan Facebook, blogs, forum, Twitter, etc.) afin de pouvoir communiquer directement sur cette marque aux membres de la communauté.</p> <p>Le Community Manager anime donc des échanges sur le Web, tout en veillant au respect des règles éthiques au sein de la communauté. Il gère, mesure et suit la diffusion du contenu éditorial.</p> <p>Sens de l'écoute, curieux, autonome, diplomate, rigueur, passionné par les nouveaux médias, le rôle principal du Community manager est de créer des liens entre la marque et les utilisateurs, en étant à la fois le porte-parole des usagers en interne et celui de la marque en externe.</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Développer la visibilité d'une marque au sein de communautés sur le Web</li> <li>2. Identifier les communautés sur le Web pouvant faire connaître la marque (bloggers, forums, listes de discussion, groupes)</li> <li>3. Fixer les objectifs pour chaque communauté : test de produit, communication et promotion autour de la marque</li> <li>4. Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction du collectif</li> <li>5. Suivre les statistiques de fréquentation</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maîtrise des outils de bureautique</li> <li>2. Maîtrise des outils d'activité et de reporting : outils statistiques (Google Analytics, Omniture ...), outils de mesure d'audience</li> <li>3. Maîtrise des espaces et des outils collaboratifs : site</li> </ol>

	<p>Web, blogs d'entreprise, kits médias sociaux (image, vidéo)</p> <p><b>4.</b> Connaissances en marketing et communication</p> <p><b>5.</b> Qualités rédactionnelles et éditoriales</p>
<b>Traits de personnalité</b>	<p><b>1.</b> Aisance relationnelle et aptitude à gérer les situations conflictuelles</p> <p><b>2.</b> Capacité à s'adapter aux nouveaux outils et aux situations de changement</p> <p><b>3.</b> Créativité et réflexion prospective</p>
<b>Analyste de Trafic / Web analyst</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le <b>Web analyst</b> met en place, sélectionne et analyse les données quantitatives et qualitatives des sites Web afin d'en dégager la performance et les tendances de fréquentation. Il met en place des outils et des indicateurs statistiques afin d'interpréter et d'analyser des situations et d'effectuer des diagnostics.</p> <p>L'analyste de trafic élabore ensuite des préconisations permettant de fournir des outils d'aide à la décision. Ces recommandations aident à la fois à améliorer la satisfaction de l'internaute et à faire évoluer le site pour mieux répondre aux objectifs de la stratégie de communication Web.</p> <p>Un web analyst est en charge de l'optimisation des performances du site et de l'expérience utilisateur. Ces missions supposent une bonne compréhension du comportement des internautes et des objectifs du site.</p>
<b>Missions</b>	<p><b>1.</b> Prendre en compte les besoins des demandeurs et identifier les demandes</p> <p><b>2.</b> Rédiger le brief de la demande d'analyse de trafic Web</p> <p><b>3.</b> Mettre en place les outils de mesure d'audience</p> <p><b>4.</b> Collecter les informations de trafic (nombre de visiteurs et de visites, taux de clics, taux de transformation de bannières/publicités, parcours des internautes etc.)</p> <p><b>5.</b> Rédiger des rapports et présenter les résultats</p> <p><b>6.</b> Formuler des préconisations concernant la stratégie Web (pour améliorer le référencement, la communication, les recettes publicitaires etc.)</p> <p><b>7.</b> Assurer une veille technologique sur les outils du marché de collecte de statistiques</p>
<b>Compétences techniques</b>	<p><b>1.</b> Pratique des stratégies de communication Web dans le cadre de la stratégie globale de l'entreprise</p> <p><b>2.</b> Connaissance de l'environnement éditorial et technique Web (charte graphique, éditoriale et technique)</p> <p><b>3.</b> Maîtrise des méthodes statistiques et des techniques rédactionnelles</p> <p><b>4.</b> Pratique courante des logiciels de bureautique (Word, Excel, PowerPoint)</p> <p><b>5.</b> Utilisation de logiciels spécifiques (référencement, mesure statistique)</p>
<b>Traits de personnalité</b>	<p><b>1.</b> Esprit d'analyse et de synthèse</p> <p><b>2.</b> Aisance rédactionnelle</p>

	<p>3. Qualité d'écoute et sens critique</p> <p>4. Sens de la créativité et force de proposition</p>
<b>Gestionnaire des médias sociaux</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le social media manager (manager de médias sociaux) a pour mission de mesurer la réputation d'une marque sur Internet de manière à développer la présence de l'entreprise sur les différents médias sociaux.</p>
<b>Missions</b>	<p>Responsable au quotidien de la gestion et de l'animation des médias sociaux, il exerce son métier en véritable responsable des relations publiques de l'organisation sur le web. Il possède une certaine autonomie d'action et il est soumis à une obligation de résultat. Il contribue par sa mission à la professionnalisation de l'utilisation des médias sociaux comme à la formalisation et au respect des règles de rédaction d'article ou commentaires. Il est force de proposition dans la rédaction d'une charte rédactionnelle dédiée aux médias sociaux, d'un kit médias sociaux à utilisation simple. A terme, il doit s'efforcer de créer des communautés de relais et d'alerte par sa capacité à lier des contacts et à devenir une référence en terme de transparence et de professionnalisme.</p> <p>Outre une bonne maîtrise du web 2.0, des médias sociaux, des influenceurs, il doit faire preuve de réactivité et d'innovation pour assurer la e-réputation de l'organisation.</p>
<b>Compétences techniques</b>	<p>Maîtrise des espaces et des outils collaboratifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• site web (infolettre ou "newsletter")</li> <li>• blog de l'organisation</li> <li>• salle de presse virtuelle (canal de communication web de l'organisation : création, animation et diffusion de campagnes dans les médias sociaux, mise à disposition d'éléments de communication pour les journalistes)</li> <li>• communauté web</li> <li>• kits médias sociaux (image, vidéo)</li> </ul> <p>Maîtrise des outils d'activité et de reporting</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• outils statistiques (Google Analytics, Omniture...)</li> <li>• outils de mesure de l'e-réputation</li> </ul> <p>Maîtrise des outils de bureautique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suite Microsoft Office</li> <li>• Suite OpenOffice</li> </ul> <p>Maintenance informatique basique</p>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aptitude à gérer le stress et les situations conflictuelles</li> <li>• Aisance relationnelle dans la relation interpersonnelle et dans l'animation d'équipe</li> <li>• Attitude ouverte, amicale</li> <li>• Capacité à s'adapter aux nouveaux outils et aux situations de changement</li> <li>• Souci d'obtenir des résultats</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créativité et réflexion prospective</li> <li>• Capacité à identifier les synergies et à mettre en œuvre les changements</li> <li>• Polyvalence</li> <li>• Capacité de réflexion stratégique et d'analyse détaillée</li> </ul>
<p><b>Responsable éditorial web</b></p>	
<p><b>Présentation</b></p>	<p>Le responsable éditorial online est le garant de l'efficacité d'un ou de plusieurs sites web internes ou externes, pour tous les aspects touchant à ses contenus online. Il est chargé d'élaborer une politique éditoriale en cohérence avec les objectifs stratégiques du site définis par la (les) direction(s) de l'entreprise concernée(s). Il est également responsable de la mise en œuvre de cette politique éditoriale, de son évaluation et de ses évolutions.</p> <p>La politique éditoriale est formalisée en un document de référence : la charte éditoriale, qui présente les partis pris et les règles qui s'imposent à tous ses contenus : fonction, nature, forme, process de production et de validation. On entend par contenu web : des contenus texte-image, des contenus audiovisuels, des modules d'information animés en Flash, des mini-sites, des newsletters. Certains contenus online peuvent être produits par des partenaires extérieurs ou par les intranutes / internautes (wikis...).</p>
<p><b>Missions</b></p>	<p>Il est responsable de l'alimentation du site en contenus et de la conformité de ces derniers avec la charte éditoriale. Il initie et pilote les évolutions de la charte éditoriale, et celles du site. Il est au sein de l'entreprise, le conseil éditorial permanent de toutes les parties prenantes dans le site. Il est responsable du respect des dispositions légales en vigueur. Dans le cas particulier de la production, par des contributeurs internes, de multiples contenus internes « métier » spécialisés, leur pertinence éditoriale est de la responsabilité de chaque entité émettrice de l'entreprise. Le Responsable éditorial online, cependant, veille aux autres caractéristiques de ces contenus (forme, format, volume, fréquence...). Il peut déléguer cette mission à l'animateur de réseau de contributeurs quand le poste existe.</p>
<p><b>Compétences techniques</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pratique de la politique éditoriale, formaliser une charte éditoriale.</li> <li>• Savoir-faire en matière d'organisation de corpus d'informations :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hiérarchisation</li> <li>• Regroupements</li> <li>• Arborescence</li> </ul> </li> <li>• Maîtrise de la modélisation en wireframes ('zoning'), des principes structurels de pages-écran accueillant des contenus online.</li> <li>• Pratique de la modélisation en storyboards, des</li> </ul>

	<p>projets de modules web d'information animée, de mini-sites en Flash.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pratique de la rédaction, de la réécriture, dans une forme adaptée au web.</li> <li>• Maîtrise du briefing d'un producteur de contenu textuel, de contenu audiovisuel, de modules d'information animée en Flash.</li> <li>• Pratiques de la coordination et le suivi des travaux.</li> <li>• Expérience de l'élaboration de comptes-rendus, notes de synthèse, monographies, supports de présentation.</li> <li>• Expérience pratique du travail sous contraintes fortes de délais.</li> <li>• Maîtrise du budget d'un projet (un site, un contenu online, une évolution de site, un programme d'évaluation...).</li> <li>• Utilisation des logiciels bureautiques : texte, tableur, présentation, planification et utilitaires d'édition.</li> </ul>
<p><b>Traits de personnalité</b></p>	<p>Sens de la diplomatie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respect des individualités.</li> <li>• Convivialité.</li> <li>• Humilité.</li> </ul> <p>Goût pour l'ouverture aux autres et aisance relationnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilité de contact</li> <li>• Capacités d'empathie</li> <li>• Capacités de vulgarisation</li> <li>• Facilité d'expression orale : clarté, fluidité, force de conviction.</li> </ul> <p>Curiosité d'esprit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intérêt pour les autres métiers, les autres univers que le sien.</li> <li>• Plaisir de l'apprentissage, de la découverte.</li> <li>• Intérêt pour les technologies numériques, leurs usages, leurs enjeux.</li> </ul> <p>Vivacité intellectuelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacités de modélisation et d'abstraction.</li> <li>• Aptitudes pédagogiques.</li> <li>• Forte expérience personnelle de l'usage du web.</li> </ul>
<p><b>Architecte information</b></p>	
<p><b>Présentation</b></p>	<p>L'architecte d'information intervient en amont d'un projet. Il a pour mission d'établir les spécifications fonctionnelles du site Internet avant l'application de la couche graphique et de déterminer l'organisation des contenus, la structuration de la navigation et l'interface visuelle. L'architecte d'information garantit donc la cohérence architectonique du site et optimise la navigation, en se focalisant sur la notion d'utilisabilité et l'expérience de l'utilisateur. Il établit également la navigation dans le site et les modes de</p>

	recherches.
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organiser et coordonner l'équipe projet</li> <li>2. Veiller au respect des délais, des coûts, de la qualité et de la sécurité du système</li> <li>3. Contrôler l'adéquation entre les exigences de la MOA et la réponse de la MOE</li> <li>4. Assurer l'interface avec la MOA (reporting, validation)</li> <li>5. Accompagner le projet auprès de la maîtrise d'usage (formation des utilisateurs, mise en place des procédures)</li> <li>6. Anticiper les évolutions technologiques et observer la concurrence</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maîtrise de la gestion de projet</li> <li>2. Connaissances des langages du Web (xHTML, CSS, Javascript, AJAX, PHP, ActionScript...)</li> <li>3. Connaissance de l'environnement informatique : réseaux, serveurs, matériels, applications et logiciels</li> <li>4. Connaissance en intégration (logiciels, matériels, systèmes d'exploitation)</li> <li>5. Utilisation de logiciels spécifiques : CMS, CRM, ERP et plateformes collaboratives</li> <li>6. Connaissances des réseaux et de la sécurité</li> <li>7. Maîtrise des systèmes d'information (architecture, modélisation, outils de développement)</li> </ol>
<b>Traits de personnalité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Autonomie et rigueur</li> <li>2. Esprit de synthèse, qualités organisationnelles</li> <li>3. Sens du management et bon relationnel</li> <li>4. Sens de la négociation</li> </ol>
<b>Journaliste web</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le journaliste en ligne utilise les technologies du web pour témoigner, communiquer et informer. Il effectue des recherches, des enquêtes et prépare des interviews. Il s'assure de la véracité des informations qu'il communique. Il est amené à analyser puis à synthétiser les données qu'il a collectées. Il rédige et crée des contenus dans le respect de la ligne éditoriale du site. Il contribue à la diffusion des informations, et par là même exerce un rôle de prescripteur auprès de ses lecteurs. Il est également responsable de la veille et de l'éventuelle mise à jour des articles publiés. Outre une excellente culture générale et une aisance rédactionnelle certaine, sa mission suppose la compréhension des attentes des différents lecteurs surfeurs.</p>
<b>Missions</b>	<p>Le journaliste en ligne est en charge de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechercher et repérer des informations</li> <li>• Vérifier les données collectées</li> <li>• Analyser et synthétiser les renseignements rassemblés</li> <li>• Proposer et rédiger des articles au quotidien</li> <li>• Mettre à jour des informations précédemment</li> </ul>

	<p>publiées</p> <p>De façon plus générale, il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rester cohérent avec la ligne éditoriale et la stratégie générale du site</li> <li>• Définir la mise en forme et les modes de diffusion de l'information</li> <li>• Utiliser toutes les potentialités du multimédia : texte, son, image, vidéo</li> <li>• Accrocher le lecteur surfeur dès les premières lignes</li> </ul>
<p><b>Compétences techniques</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pratique, expérience et qualité rédactionnelle :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualités/brèves</li> <li>• Articles de fond</li> <li>• Dossiers</li> </ul> </li> <li>• Pratique courante des logiciels de bureautique : traitement de texte, tableur et présentation (Microsoft, OpenOffice, etc.)</li> <li>• Respecter les règles de lecture imposées par l'écran</li> <li>• Respecter les fonctionnalités de l'Internet</li> <li>• Capacités d'analyse, de synthèse et d'écriture</li> </ul>
<p><b>Traits de personnalité</b></p>	<p>Sens de la communication sous ses différentes modalités :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écriture web</li> <li>• Communication relationnelle</li> </ul> <p>Curiosité d'esprit à l'égard de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'univers du web</li> <li>• Ses évolutions</li> </ul> <p>Intérêt pour les nouvelles technologies et leurs enjeux (veille)</p> <p>Curiosité pour rester à l'écoute d'un certain nombre de sujets et échanger avec d'autres réseaux</p> <p>Qualités multiples :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rigueur</li> <li>• Dynamisme</li> <li>• Autonomie</li> <li>• Disponibilité</li> <li>• Eclectisme</li> <li>• Réactivité</li> <li>• Anticipation</li> <li>• Polyvalence</li> <li>• Vif intérêt pour l'actualité</li> </ul>
<p><b>Aide Bibliothécaire/Documentaliste</b></p>	
<p><b>Présentation</b></p>	<p>Le documentaliste répond aux besoins d'information et de documentation de son organisation ou de clients externes grâce à sa connaissance des sources d'information et à sa maîtrise de la recherche documentaire.</p> <p>Il assure l'interface entre des demandeurs et des ressources d'informations stockées dans des bases de données de l'organisation ou à recueillir sur Internet.</p> <p>Il maîtrise parfaitement les outils et la méthodologie de recherche et de diffusion sur Internet. Lorsqu'il en fait sa</p>

	spécialité, il est parfois qualifié de « cyberdocumentaliste » ou de « e-documentaliste ».
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Collecter l'information...</b> Le documentaliste recherche et sélectionne l'information utile à son entreprise ou à son administration. Il interroge les bases de données et les centres de documentation, dépouille la presse, explore Internet... À lui d'assurer une veille permanente. Parfois, il définit quels livres acquérir et quels abonnements souscrire (périodiques, bases de données, services d'information spécialisés...).</li> <li>• <b>la traiter</b> L'information recueillie est d'abord analysée, afin d'y sélectionner des éléments pour des dossiers thématiques, des revues de presse... pour rédiger des synthèses, mettre à jour des bibliographies, modifier des classements... Puis elle est indexée (par thème, date, titre, auteur, mot-clé...) pour l'identifier et la retrouver plus facilement. Enfin, elle est stockée : conservée sur des étagères ou saisie dans une base de données.</li> <li>• <b>la diffuser</b> Enfin, le rôle du documentaliste consiste encore à répondre aux besoins des utilisateurs. Si besoin, il peut même les initier aux méthodes de recherche de documents en utilisant des logiciels spécialisés, des bases de données...</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiquer à l'oral et à l'écrit</li> <li>• Synthétiser des documents</li> <li>• Maîtriser les diverses techniques documentaires (indexation, catalogage)</li> <li>• Utiliser les outils de recherche, de veille et de diffusion sur Internet</li> <li>• Utiliser des outils de gestion de contenus : bases de données, CMS (Content Management System), etc.</li> <li>• Utiliser des outils de bureautique : traitement de texte, tableur, logiciel de présentation.</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sens relationnel</li> <li>• Esprit d'analyse et de synthèse</li> <li>• Adaptabilité et réactivité</li> <li>• Rigueur et organisation</li> <li>• Curiosité intellectuelle</li> <li>• Goût du travail en équipe</li> </ul>
<b>Secrétaire de rédaction web</b>	
<b>Présentation</b>	Le secrétaire de rédaction (SR) est un journaliste d'un genre un peu particulier. Si le rédacteur produit la matière première, le SR, lui, est chargé de la mettre en scène. Un poste incontournable de la chaîne de fabrication.
<b>Missions</b>	Le <b>secrétaire de rédaction</b> a pour missions de : <ul style="list-style-type: none"> <li>• recueillir les articles,</li> <li>• relire et corriger les articles : fautes d'orthographe, grammaire, conjugaison, syntaxe,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vérifier la lisibilité et la clarté des articles,</li> <li>• procéder à d'éventuelles coupes si l'article est trop long,</li> <li>• calibrer les articles,</li> <li>• apporter des modifications dans les titres, les intertitres ou les « chapô »,</li> <li>• participer à la réalisation de la maquette,</li> <li>• superviser la mise en page des articles par le maquettiste,</li> <li>• procéder à une ultime vérification avant l'impression,</li> <li>• contrôler les liens hypertextes dans le cadre d'une publication web,</li> <li>• vérifier le temps d'affichage sur le web.</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<p><b>Incollable en orthographe</b> Doté d'une solide culture, le SR maîtrise aussi parfaitement l'orthographe et le code typographique (ensemble des règles de mise en forme du texte et des caractères).</p> <p><b>Le sens de l'esthétique</b> À l'ère du tout informatique, le SR doit maîtriser les logiciels de publication assistée par ordinateur (PAO) qui servent à la mise en page et les logiciels de traitement des images. Un certain goût pour l'esthétique et le graphisme est indispensable pour cet exercice.</p>
<b>Traits de personnalité</b>	<p><b>Sang-froid et diplomatie</b> Enfin, cette profession exige du sang-froid pour gérer les imprévus et le goût des relations humaines. En tant que bras droit du rédacteur en chef, situé à la jonction de différents services, le SR doit savoir dialoguer avec l'ensemble des intervenants de la chaîne éditoriale et connaître les contraintes de chaque service. Une bonne dose de diplomatie est souvent nécessaire pour faire accepter aux journalistes rédacteurs une coupe ou une retouche dans un article ou un autre emplacement dans le journal.</p>
<b>Métiers du développement et d'intégration</b>	
<b>Directeur de projet web</b>	
<b>Présentation</b>	Le directeur de projet web a pour mission de concevoir et mettre en place les projets numériques de l'entreprise dans une stratégie multi-canal : il coordonne les équipes fonctionnelles artistiques et techniques, suit les budgets et la réalisation des projets.
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des besoins des utilisateurs internes ou externes</li> <li>• Définition des moyens et objectifs des projets</li> <li>• Gestion administrative et suivi budgétaire</li> <li>• Management des ressources du projet</li> <li>• défendre la cause de l'activité Internet en interne (conseil d'administration, direction générale...) et en externe (médiat, grand public...).</li> <li>• Participer aux choix des infrastructures techniques,</li> </ul>

	<p>en liaison avec l'architecte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superviser l'équipe artistique dans certaines entreprises (mais le plus souvent il travaille en collaboration avec le directeur de création).</li> <li>• Etre amené à assurer la définition de la stratégie numérique dans les entreprises ne disposant pas de directeur stratégie numérique ni de directeur marketing digital.</li> </ul>
<p><b>Compétences techniques</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissances générales en informatique : architecture des systèmes, bases de données, méthodologies de développement, CRM,...</li> <li>• Notions de techniques de référencement web.</li> <li>• Notions de webmarketing. Maîtrise des techniques de management de projet et des outils de PMO.</li> <li>• Maîtrise de la communication orale et des outils de présentation (Powerpoint).</li> <li>• Maîtrise de l'anglais.</li> <li>• Connaissance des techniques de suivi budgétaire.</li> <li>• Connaissance des méthodologies de développement.</li> </ul>
<p><b>Traits de personnalité</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision stratégique pour participer activement à la présence de l'entreprise sur le Web.</li> <li>• Diplomatie pour concilier des intérêts parfois divergents : ceux des métiers et ceux techniques et financiers.</li> <li>• Rigueur et méthode, car il doit gérer les plannings et les méthodes, de manière à éviter tout dérapage dans les délais et les budgets.</li> <li>• Goût pour le management d'équipe et la conduite de réunions, car c'est lui qui pilote l'équipe de développement. Il doit être capable de motiver les équipes.</li> <li>• Qualités relationnelles, car il est en relation avec les services marketing, juridique, la production informatique et la sécurité web et doit pouvoir être l'interface entre la maîtrise d'ouvrage, les équipes de développement et les équipes artistiques.</li> <li>• Créativité et réactivité, car il doit pouvoir gérer les modifications des projets pour des raisons budgétaires et fonctionnelles ; il doit aussi être capable d'anticiper les évolutions futures afin de pouvoir intégrer ultérieurement de nouveaux modules sans avoir à redévelopper tout le projet.</li> <li>• Forte motivation pour l'informatique, le Web et le développement car il est amené à se plonger dans les problématiques techniques et à faire des choix sur des technologies nouvelles.</li> </ul>

Architecte web	
<b>Présentation</b>	<p>L'<b>architecte Web</b> est un expert technique qui intervient tout au long du processus de mise en oeuvre d'un projet Web, en lien avec le MOA, le MOE et l'équipe technique. Il a pour mission transversale de communiquer sur les TIC (technologies de l'information et de la communication) et de garantir la pérennité de l'architecture technique du SI (système d'information).</p> <p>Un architecte Web reste présent tout au long du projet pour assurer la mise en application de la conception et de l'architecture. Il répond aux différentes questions qui peuvent se poser et participe également à la validation des procédures d'exploitation.</p> <p>Il a pour mission de garantir la pérennité de l'architecture technique du SI (système d'information).</p> <p>L'architecte Web intervient en amont du projet pour aider la maîtrise d'ouvrage et la maîtrise d'œuvre dans les choix technologiques. Expert PHP, CMS et open-source, il travaille avec le <a href="#">chef de projet MOA</a>, le <a href="#">chef de projet MOE</a> et l'équipe technique à la mise en œuvre d'un projet web.</p> <p>L'architecte Web reste présent tout au long du projet afin de répondre aux différentes questions qui peuvent se poser. Il participe aussi à la validation des procédures d'exploitation et peut éventuellement auditer leur mise en œuvre ou valider l'utilisation des indicateurs adéquats.</p> <p>Enfin, l'architecte Web doit être capable d'anticiper à la fois l'évolution des technologies et les besoins des utilisateurs.</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analyser les besoins du client.</li> <li>2. Identifier les solutions existantes, apporter son avis sur la solution technique la plus pertinente</li> <li>3. Créer l'architecture technique du site</li> <li>4. Valider les différents plans de tests</li> <li>5. Faire la liaison entre les développeurs, les chefs de projet et les experts métier</li> <li>6. Assurer une veille sur la technologie existante (évolution des langages de programmation, des solutions techniques existantes etc.)</li> <li>7. Etre le garant de la pérennité de l'architecture technique du système d'information de l'entreprise</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maîtrise des techniques de conception, de modélisation et développement de site</li> <li>2. Connaissance de l'environnement Web et XML</li> <li>3. Connaissance des normes et procédures de sécurité</li> <li>4. Forte connaissance des langages et des outils utilisés sur le net (PHP, SQL, Java, ASP, CMS (Content Management System), etc.)</li> </ol>
<b>Traits de personnalité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compréhension des métiers des autres membres de l'équipe</li> <li>2. Autonomie</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Adaptabilité et polyvalence</li> <li>4. Capacité à travailler en équipe</li> <li>5. Curiosité et force de proposition</li> </ol>
<b>Développeur web</b>	
<b>Présentation</b>	<p>La création d'un site web est un projet à part entière qui mérite toute l'attention du <a href="#">webmaster</a> ou du <b>développeur Web</b>.</p> <p>Le développeur Web est un informaticien chargé de réaliser l'ensemble des fonctionnalités d'un site Internet. Il est en charge d'analyser les besoins, de choisir la solution technique puis de développer toutes les fonctionnalités techniques du site. Qualité, sémantique, <a href="#">référencement naturel</a>, accessibilité... Le développeur web analyse le projet qui lui est confié, puis en détermine une solution technique. Il participe aussi à la formation du client et au support technique tout au long de la vie du site Internet.</p> <p>Lors de la phase de conception, le développeur analyse le projet qui lui est confié, en fonction des besoins des utilisateurs, consignés dans un cahier des charges par le chef de projet. Il détermine une solution technique et peut alors décider de réaliser l'ensemble du site à partir de zéro, ou bien choisir d'adapter une solution existante de type Framework ou CMS (Content Management System). Pour ce faire, il programme les lignes de codes informatiques. Ensuite, il participe aux phases d'essai, essentielles pour tester les fonctionnalités développées.</p> <p>Que ça soit pour une première présence sur le web ou la reprise d'un site déjà existant, le développeur Web accompagne le client dans la conception et la réalisation de son projet web.</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifier les solutions existantes</li> <li>2. Structurer la base de données</li> <li>3. Réaliser l'architecture technique du site</li> <li>4. Programmer et développer</li> <li>5. Tester et valider le site (tests unitaires pour vérifier chaque fonctionnalité, tests d'intégration pour vérifier que l'ensemble des fonctionnalités développées fonctionnent bien ensemble)</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maîtrise des techniques de conception, de modélisation et d'architecture d'applications</li> <li>2. Utilisation des langages et outils de développement (algorithmique, PHP, SQL, Java, ASP)</li> <li>3. Connaissance de l'environnement Web et XML</li> <li>4. Connaissance des normes et procédures de sécurité</li> <li>5. Maîtrise opérationnelle des outils CMS (Content Management System), Framework, outils d'édition de code</li> </ol>
<b>Traits de personnalité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compréhension des métiers des autres membres de l'équipe</li> <li>2. Capacité à travailler en équipe</li> </ol>

	<p>3. Autonomie et force de proposition</p> <p>4. Adaptabilité et polyvalence</p>
<b>Développeur web mobile</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le <a href="#">développeur web mobile</a>, développeur Iphone ou développeur Android accomplit des programmes informatiques spécifiques consacrés à l'environnement mobile et nomade. Dans un contexte d'augmentation des usages des outils de nomades (tablette, Smartphone), les projets entrepris concernent des sites web spécifiques, des applications (jeux vidéo) et également des services en ligne. Il est en charge d'analyser le projet en fonction des besoins du client et d'essayer de trouver une solution technique pour réaliser l'application.</p>
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser le projet en fonction des besoins des utilisateurs, consignés dans un cahier des charges techniques.</li> <li>• Déterminer une solution technique.</li> <li>• Anticiper les évolutions éventuelles et les incidences de ses actions.</li> <li>• Réaliser l'architecture technique de l'application.</li> <li>• Participer aux phases de tests des fonctionnalités développées.</li> <li>• Eventuellement, intervenir sur l'évolution d'une application déjà réalisée à laquelle il faut apporter des améliorations précises et des développements complémentaires.</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<p>Qu'il préfère développer des applications pour Android, IOS ou Windows, il reste essentiel pour ce professionnel de parfaitement connaître les enjeux du mobile. Une parfaite maîtrise des normes (W3C, HTML5 ou encore CSS pour ne citer que les principales), mais aussi des interdits (javascript, Flash...) en mobile sont donc indispensables.</p>
<b>Traits de personnalité</b>	<p>Intérêt pour l'univers mobile :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implication</li> <li>• Motivation</li> <li>• Flexibilité</li> </ul> <p>Goût pour l'environnement web :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enjeux</li> <li>• Evolutions</li> </ul> <p>Caractère opérationnel :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sens pratique</li> <li>• Efficacité</li> <li>• Auto-organisation</li> <li>• Rigueur</li> </ul> <p>Sens du travail en équipe :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Goût pour l'échange</li> <li>• Sens de la participation</li> <li>• Force de proposition</li> </ul> <p>Ouverture aux autres</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Écoute</li> <li>• Empathie</li> <li>• Intérêt</li> <li>• Interaction</li> </ul> <p>Curiosité d'esprit à l'égard de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Son activité</li> <li>• Les évolutions de ce dernier</li> </ul> <p>Goût pour la veille à l'égard des nouvelles technologies et de leurs enjeux</p>
<b>Webmaster</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le <b>webmaster</b> (ou <b>administrateur site web</b>) conçoit, réalise, gère et fait évoluer des sites ou des services. Il est en charge du site Web, de son fonctionnement, de son administration et de sa mise à jour. Ses activités se situent au carrefour des technologies informatiques et d'Internet. Le <b>webmaster</b> ou gestionnaire site Internet, allie compétences techniques et rédactionnelles. En plus de son rôle de maintenance du site, il entretient, réactualise les informations diffusées sur le site, gère les forums de discussion...</p> <p>Le <b>webmaster</b> est le garant du développement et de l'évolution d'un site Internet. Il possède une solide connaissance des outils de base de l'Internet aussi bien techniques que graphiques.</p> <p>Le webmaster doit connaître tous les langages informatiques (html, xml, ...) et faire preuve de créativité pour concevoir un site attrayant. Il travaille en collaboration avec le <a href="#">développeur web</a>, le <a href="#">web designer/graphiste</a>, etc. Après en avoir défini l'architecture, les rubriques et la mise en place, il veille au bon fonctionnement du site et à sa mise à jour.</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Auditer et définir les besoins</li> <li>2. Analyser la concurrence</li> <li>3. Préconiser l'architecture du site, les choix en matière d'ergonomie, le choix des rubriques et de la navigation</li> <li>4. Gérer des interfaces graphiques visuelles multimédia</li> <li>5. Gérer le contenu textuel</li> <li>6. Réaliser l'intégration multimédia</li> <li>7. Animer le site</li> <li>8. Gérer la mise à jour et l'archivage du site (contenus textuels, visuels, sonores)</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Connaissance des outils de base de l'Internet, techniques et graphiques</li> <li>2. Connaissance dans l'encadrement d'équipe et la coordination de projets Internet</li> <li>3. Pratique des techniques logicielles : les logiciels de P.A.O</li> <li>4. Maîtrise des techniques de programmation (les logiciels et langages EasyPHP, PHP, MySQL, PHP MyAdmin, JavaScript)</li> </ol>

	<p>5. Expérience des techniques multimédia (les outils de manipulation des supports DVD et CD ; flux RSS ; XML ; streaming des médias)</p> <p>6. Expérience pratique des logiciels de création graphique</p>
<b>Traits de personnalité</b>	<p>1. Polyvalence</p> <p>2. Sens de l'organisation</p> <p>3. Goût pour la gestion d'équipe</p> <p>4. Implication et motivation</p> <p>5. Capacité d'arbitrage et force de proposition</p>
<b>Métiers du Webmarketing</b>	
<b>Responsable e-CRM</b>	
<b>Présentation</b>	<p>A l'interface entre les équipes informatique, marketing et vente, le chef de projet e-CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) assure la gestion de la relation client sur Internet. Il met en place des outils permettant une connaissance fine des visiteurs et une individualisation de leur relation avec l'entreprise pour faire de chaque visiteur un client : l'enjeu n'est plus de trouver un client pour un produit, mais un produit pour un client.</p>
<b>Missions</b>	<p>Le chef de projet e-CRM a trois missions majeures :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'amélioration de la connaissance du client ;</li> <li>• la fidélisation du client en ligne ;</li> <li>• le développement de la valeur du client.</li> </ul> <p>Il définit la stratégie d'exploitation des données des visiteurs et/ou clients.</p> <p>Il construit et assure la mise en œuvre des solutions e-CRM pour proposer des produits adaptés au profil du visiteur.</p> <p>Il mesure la performance et le retour sur investissement des actions menées.</p>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissances en marketing</li> <li>• Connaissances des principaux indicateurs de performance (KPI)</li> <li>• Maîtrise de l'anglais</li> <li>• Connaissances des concepts statistiques en CRM</li> <li>• Très bonne connaissance de l'univers Internet</li> <li>• Maîtrise des outils de gestion de projet</li> <li>• Maîtrise d'une suite bureautique</li> <li>• Maîtrise opérationnelle d'outils de gestion de bases de données, de tracking et de data mining</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacité d'analyse et de synthèse</li> <li>• Aisance relationnelle et goût du travail en commun</li> <li>• Capacité à fédérer</li> <li>• Sens de l'organisation, rigueur</li> <li>• Polyvalence</li> <li>• Capacité à gérer plusieurs projets en même temps</li> <li>• Force de proposition</li> <li>• Curiosité</li> </ul>

<b>Acheteur d'espaces publicitaires sur le web</b>	
<b>Présentation</b>	<p>L'acheteur d'espaces publicitaires sur le web, autrement appelé traffic manager ou webplanner, a pour objectif d'optimiser au maximum l'impact d'une campagne de publicité sur le web. Pour cela, il/elle est en charge de l'élaboration du plan média et de diffusion des campagnes, en base à des études de marché et des analyses des tendances. L'acheteur d'espace Web rend le plan média de l'entreprise opérationnel en achetant de l'espace publicitaire. Le plan média présente toutes les informations nécessaires à la mise en oeuvre de la campagne publicitaire : connaissance des produits, données du marché, cible, etc. L'acheteur d'espace se situe à la charnière entre les commerciaux et les créatifs. Il choisit, parmi les emplacements proposés, un support pertinent pour la campagne de publicité et veille à optimiser les coûts. Il doit tenir compte des périodes couvertes par la campagne de publicité, du calendrier et du budget prévisionnel pour obtenir un rendement maximum. L'acheteur d'espaces sur le web peut négocier directement avec les supports publicitaires ou travailler avec une agence médias. Son rôle s'oriente alors davantage vers le pilotage et l'analyse des performances en matière d'investissements médias.</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifier les besoins et analyser le plan média (positionnement de l'entreprise sur son marché en matière d'environnement publicitaire)</li> <li>2. Qualifier le projet (enjeux financiers, stratégiques, commerciaux)</li> <li>3. Définir l'emplacement et l'optimisation du budget</li> <li>4. Négocier et conclure la vente par un contrat</li> <li>5. Suivre l'évolution de la campagne de publicité dans la durée (visibilité de la campagne, retour sur investissement, appréciation qualitative)</li> <li>6. Analyser les performances du support publicitaire choisi (adaptation au budget et aux besoins stratégiques de l'entreprise)</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Connaissance de l'environnement éditorial et technique Web (charte graphique, charte éditoriale, charte technique)</li> <li>2. Maîtrise des principes de publication offline et online (Web)</li> <li>3. Maîtrise des principes de la communication</li> <li>4. Connaissance de la publicité et des médias (réseaux sociaux, blogs, Podcast, Web TV etc.)</li> <li>5. Connaissance des techniques d'achat d'espace (prospection, négociation, conclusion de la vente droit des contrats)</li> </ol>
<b>Traits de personnalité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aptitudes commerciales : sens de l'achat, sens de la vente</li> <li>2. Goût pour la négociation</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Rigueur et sens de la précision</li> <li>4. Qualités organisationnelles</li> <li>5. Grande disponibilité : implication et motivation, mobilité</li> </ol>
<b>Référenceur web/Expert référencement</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le métier de <b>référenceur web</b> se trouve au cœur même de la stratégie de visibilité d'un site web. Il/Elle est l'expert technique chargé d'identifier et d'analyser les freins au bon référencement d'un site dans l'objectif de proposer des solutions pour une meilleure visibilité et de les mettre en place. Autrement dit, c'est un <b>expert en référencement</b> qui a pour mission d'accroître la visibilité et l'audience des sites Internet tout en rendant plus accessibles les différentes informations aux internautes.</p> <p>Le <b>référenceur web</b> doit conjuguer l'aspect marketing/commercial avec l'aspect éditorial (rédaction de contenu et identification des mots-clés) et technique (optimisation du code, accessibilité, optimisation de l'arborescence du site).</p> <p>Le <b>référenceur web</b> commence tout d'abord par réaliser un audit pour identifier les facteurs bloquants au référencement, puis fournit les préconisations et des améliorations.</p> <p>Cet <b>expert en référencement</b> doit ensuite définir des objectifs de positionnement sur les moteurs de recherche et notamment sur Google. Le référenceur doit définir les axes stratégiques du référencement. Le travail technique consiste en l'optimisation du site en fonction des mots et expressions choisis.</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Auditer le site (identifier les mots les plus tapés sur les moteurs de recherche, repérer les facteurs bloquants qui nuisent à la génération de trafic et au bon positionnement du site)</li> <li>2. Etudier de façon approfondie le site (hébergement, nom de domaine, architecture du site, charte éditoriale etc.)</li> <li>3. Analyser la concurrence et élaborer la stratégie de référencement (objectifs de positionnement, cible, mots-clés, moteurs de recherche)</li> <li>4. Mettre en adéquation le contenu du site Internet avec la stratégie définie</li> <li>5. Mettre en place un suivi de référencement (Trafic, ROI (return on investment etc.)</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Connaissance des techniques de communication</li> <li>2. Compréhension de l'environnement éditorial et technique Web</li> <li>3. Connaissance des techniques de marketing stratégique et opérationnel</li> <li>4. Maîtrise des langages lus par les navigateurs Web (HTML, CSS, JavaScript)</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Maîtrise de la programmation Web orientée serveur (PHP ; ASP - XML ; XSLT)</li> <li>6. Maîtrise de l'architecture et du paramétrage de serveur Web (ISS ou Apache) et de base de données (langage SQL)</li> <li>7. Pratique de la modélisation (UML, Merise)</li> <li>8. Pratique de l'analyse de données (Web Analytics)</li> </ol>
Traits de personnalité	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sens de la communication</li> <li>2. Polyvalence</li> <li>3. Esprit méthodologique et de synthèse</li> <li>4. Réactivité</li> <li>5. Esprit d'initiative</li> </ol>
<b>Webmarketer / e-marketer</b>	
Présentation	<p>Le <b>webmarketer</b> ou <b>e-marketer</b> pilote les campagnes de marketing sur Internet de l'entreprise pour laquelle il/elle travaille. Il élabore le plan marketing et contrôle le déploiement des opérations. Le Web marketer élabore la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise via Internet.</p> <p>Pour cela, le <b>webmarketer</b> réalise des études de marché et analyse le comportement du consommateur sur le Web afin de pouvoir fixer des objectifs et proposer des axes d'évolution. Le <b>webmarketer</b> travaille en étroite collaboration avec l'équipe commerciale, le département de communication et le département produit. Il fixe des objectifs à atteindre et les moyens à mettre en place, après analyse du marché. Le webmarketer (e-marketer) a également pour mission de faire des propositions en matière de marketing stratégique et opérationnel.</p>
Missions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analyser la concurrence, les tendances et typologies des consommateurs</li> <li>2. Définir la stratégie marketing via Internet, son intégration et son adéquation à la stratégie de marketing globale</li> <li>3. Mettre en oeuvre des actions de communication offline ou online autour du site</li> <li>4. Créer les contenus du site (cahier des charges si création ou refonte, arborescence, navigation, ergonomie, ligne éditoriale, fonctionnalités...)</li> <li>5. Assurer la promotion et l'animation du site (encarts, e-mailing, newsletter...)</li> <li>6. Etablir la stratégie de référencement du site et son positionnement</li> <li>7. Suivre l'audience (d'une façon quantitative et qualitative) et le trafic du site</li> </ol>
Compétences techniques	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Connaissance de la démarche de marketing stratégique</li> <li>2. Connaissance des outils de marketing opérationnel «traditionnels » (marketing direct, publicité, relations presse, street marketing, buzz marketing etc.)</li> <li>3. Maîtrise des outils de Webmarketing (référencement,</li> </ol>

	<p>affiliation, partenariat, emailing, blogs, netlinkings etc.)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Maîtrise des méthodes d'analyse marketing (études quantitatives, qualitatives)</li> <li>5. Connaissance du potentiel des techniques du Web (HTML, XML, PHP, MySQL, Javascript) et de leurs usages</li> <li>6. Pratique des outils statistiques et de gestion de base de données (Google Analytics,...)</li> <li>7. Pratique opérationnelle des outils de communication offline (édition, publicité, promotion, PR, PLV...)</li> </ol>
<b>Traits de personnalité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sens esthétique et créativité, curiosité</li> <li>2. Sens du management : force de proposition et aptitude à décider</li> <li>3. Esprit d'analyse et de synthèse</li> <li>4. Qualités communicationnelles</li> </ol>
<b>Veilleur stratégique</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Anticiper les tendances du secteur, détecter les opportunités de développement et les risques et procurer un avantage concurrentiel à l'entreprise sur Internet, telles sont les missions principales du <b>veilleur stratégique</b>.</p> <p>Le <b>veilleur stratégique</b> est la sentinelle de l'entreprise, chargée de scruter le marché et la concurrence afin de détecter des opportunités commerciales.</p> <p>Le <b>veilleur stratégique</b> recueille des informations sur le Web et les analyse afin de s'en servir comme base pour élaborer les stratégies de marketing. Il anticipe ainsi les tendances du marché sur différents champs pour procurer un avantage concurrentiel à l'entreprise.</p> <p>Le veilleur stratégique peut faire de la veille commerciale, technologique, économique, sociale, financière, concurrentielle etc</p>
<b>Missions</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprendre les enjeux stratégiques de l'entreprise</li> <li>2. Collecter l'information blanche (information ouverte) et l'information grise (information semi-ouverte ayant l'objet d'approbation par un droit privatif) de manière rétroactive ou passive sur le Web</li> <li>3. Traiter et synthétiser l'information afin de la rendre cohérente et synthétique (tableaux de bord)</li> <li>4. Etablir des recommandations d'action</li> <li>5. Déterminer les canaux de diffusion de l'information</li> <li>6. Diffuser l'information en interne pour les services commerciaux, marketing ou recherche et développement dans le but d'aider à la prise de décision stratégique</li> </ol>
<b>Compétences techniques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Connaissances des techniques interactives de traçage de l'information (référencement, cartographie)</li> <li>2. Maîtrise des techniques d'acquisition d'information (traitement des données, tri, organisation des informations)</li> <li>3. Pratique des logiciels de recherche et de traitement de l'information spécifiques (Logiciel Digimind, Logiciel KB Crawl)</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Connaissance des techniques d'analyse stratégique Utilisation des outils bureautiques de manière courante (Word, Excel, PowerPoint)</li> <li>5. Pratique des outils de gestion de contenus et de connaissances (Stock et flux, Métadonnées)</li> <li>6. Expérience de l'édition online (HTML, XML)</li> </ol>
Traits de personnalité	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Réactivité et curiosité</li> <li>2. Esprit critique et capacité d'analyse</li> <li>3. Sens du relationnel et sens pédagogique</li> </ol>
<b>Métiers du juridique</b>	
<b>Juriste spécialisé droit de l'Internet</b>	
Présentation	<p>Le <b>juriste Internet</b> a pour rôle de conseiller et défendre les droits de l'entreprise, vis-à-vis de l'Internet et de l'informatique, et de veiller à la bonne application des lois et des réglementations.</p> <p>Il veille à ce que l'entreprise se développe dans un strict respect du droit en matière d'informatique, d'Internet et de propriété intellectuelle. Il a donc une forte activité d'assistance et de conseil. Le juriste Internet doit défendre les intérêts de l'entreprise dans les domaines juridiques spécifiques à l'informatique, l'Internet et la Propriété Intellectuelle</p> <p>En tant que spécialiste informatique ou Internet il intervient au carrefour des disciplines juridiques suivantes : droit de l'informatique, droit Internet, propriété intellectuelle sur le Web, mais aussi droit des contrats, des marques, de la concurrence, des télécommunications et des libertés publiques. Ses interlocuteurs sont donc extrêmement variés : direction de l'entreprise, services opérationnels et fonctionnels, prestataires extérieurs (avocats, conseils) ainsi que toute personne ayant un lien juridique avec l'entreprise (clients, fournisseurs, cocontractants).</p>
Missions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluer et auditer les risques juridiques</li> <li>2. Assurer la sécurité juridique Internet</li> <li>3. Elaborer et rédiger des contrats (prestation de service, licences, confidentialité, Internet, noms de domaines)</li> <li>4. Conseiller les opérationnels sur les questions de droit informatique et Internet</li> <li>5. Etablir des procédures informatiques et des documents légaux pour protéger la propriété intellectuelle de l'entreprise (déclarations CNIL, procédures d'UDRP, chartes informatiques d'entreprise, droit à l'image, noms de domaines, marques)</li> <li>6. Effectuer le suivi et la gestion des contentieux Assurer une veille juridique</li> </ol>
Compétences techniques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonne compréhension et capacité à interpréter correctement les textes de loi, règlements et jurisprudence.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance de la réglementation française/européenne et la jurisprudence en droit de l'Internet.</li> <li>• Selon son secteur d'activité, maîtrise du droit des télécommunications, des problématiques de droit d'auteur, droit à l'image et des libertés publiques, droit des marques, droit de la concurrence, droit de la consommation, droit administratif, droit pénal, droit du contentieux d'affaires...</li> <li>• Connaissance des contraintes en termes de procédure pénale.</li> <li>• Capacité à rédiger non seulement des notes et des comptes rendus pour des interlocuteurs opérationnels non juristes, mais également des dossiers pour les avocats et les tribunaux.</li> <li>• Capacité à rédiger les contrats et conditions générales de vente, les contrats de partenariats.</li> <li>• Très bonne utilisation des outils Internet et informatiques, à la fois comme outil de veille, mais également pour bien connaître les problématiques NTIC.</li> <li>• Maîtrise de l'utilisation des bases de données juridiques.</li> <li>• Maîtrise de l'anglais juridique.</li> </ul>
<p><b>Traits de personnalité</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goût prononcé pour les NTIC et l'Internet.</li> <li>• Curiosité et goût pour l'investigation et la veille.</li> <li>• Esprit d'analyse, de synthèse et capacités rédactionnelles pour analyser les textes juridiques, rédiger des notes et des comptes rendus.</li> <li>• Sens de la communication pour dialoguer tant avec les administrations qu'avec les services techniques d'une entreprise.</li> <li>• Pédagogie pour rendre compréhensibles et intelligibles les textes de loi à des non-juristes.</li> <li>• Force d'argumentation et de conviction pour pouvoir instruire certains dossiers, imposer la mise en application de réglementations.</li> <li>• Capacités d'expression orale notamment pour ceux qui sont amenés à plaider devant les tribunaux civils et/ou commerciaux.</li> <li>• Réactivité et capacité à traiter des sujets variés en parallèle.</li> </ul>
<p><b>Métiers de l'infrastructure et des réseaux</b></p>	
<p><b>Architecte réseaux</b></p>	
<p><b>Présentation</b></p>	<p>L'architecte de réseaux est un expert dans la mise en place et le fonctionnement de réseaux de télécommunications pour une entreprise. Spécialiste technique, il doit estimer les besoins de son entreprise, puis installer le réseau optimal, en vérifier le fonctionnement puis veiller à l'amélioration constante de l'infrastructure en place. L'objectif de</p>

	l'architecte réseaux est que les communications circulent avec la plus grande fluidité possible entre utilisateurs.
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>concevoir des serveurs, des messageries électroniques ou l'Intranet d'une entreprise</li> <li>superviser l'installation du nouveau réseau informatique ou de télécommunications</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Connaissance sur les matériels routeurs, commutateurs, concentrateurs, etc. ;</li> <li>Connaissance des réseaux LAN, MAN, WAN ;</li> <li>Protocoles et normes réseau.</li> <li>Concevoir :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>une architecture réseau ;</li> <li>une politique de sécurité.</li> </ul> </li> <li>Choisir les équipements nécessaires pour mettre en place l'architecture réseau.</li> <li>Gérer la mise en oeuvre des solutions retenues.</li> <li>Rédiger des notes et présentations décrivant le fonctionnement d'un réseau.</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<p><b>Méthodique</b> L'architecte doit être capable de prendre du recul, d'analyser le réseau existant et les besoins des utilisateurs pour préconiser les bonnes solutions.</p> <p><b>Ouvert / Ouverte</b> De la capacité à écouter et à comprendre les utilisateurs dépend la pertinence des choix en matière de réseaux.</p> <p><b>Curieux / Curieuse</b> Les technologies des réseaux se renouvellent en permanence, ce qui implique une réactualisation très régulière des compétences de l'architecte.</p>
<b>Consultant IT</b>	
<b>Présentation</b>	Un consultant IT est un spécialiste des technologies de l'information et de la communication. Il travaille en mission pour des entreprises et réalise un diagnostic de leurs besoins en système d'information. Il les conseille et propose des orientations dans les technologies existantes.
<b>Missions</b>	<p>Le <b>consultant IT</b> a un rôle clé dans l'organisation interne d'une société. Il crée une cohérence entre la stratégie de l'entreprise et sa stratégie en matière de technologie. L'amélioration de l'efficacité technologique est au coeur de son métier qui consiste à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diagnostiquer les technologies déjà existantes au sein de l'entreprise à travers des entretiens, des observations et des séances de travail avec les directions.</li> <li>La création d'une solution personnalisée proposée aux directions à travers un cahier des charges ; des objectifs clairs sont alors fixés et un plan global des NTIC est dressé.</li> <li>Choisir les technologies adaptées, en les comparant,</li> </ul>

	<p>proposer les prestataires adaptés et correspondants au cahier des charges.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accompagner les collaborateurs dans le changement de technologies, via la formation, qu'elle prenne la forme d'ateliers à faire vivre, ou d'e-learning.</li> <li>• Vérifier l'avancement du projet, en fonction des délais et du cahier des charges, faire remonter les problèmes et y remédier.</li> <li>• Réaliser un suivi une fois les travaux terminés, afin de mesurer l'efficacité des nouvelles technologies par rapport au besoin initial de l'entreprise.</li> </ul>
<p><b>Compétences techniques</b></p>	<p>Le <b>consultant IT</b> doit bien maîtriser l'entreprise dans laquelle il intervient, que ce soit sur sa philosophie, son histoire, son coeur de métier ou encore sa stratégie globale. C'est ainsi qu'il pourra proposer une solution technologique véritablement appropriée.</p> <p>Il doit posséder différentes maîtrises techniques : les domaines du Web et le marché de l'informatique, ainsi que les outils de gestion de projet. Il doit également bien connaître les logiciels de bureautique, et l'anglais opérationnel.</p>
<p><b>Traits de personnalité</b></p>	<p>Ses qualités personnelles commencent par un excellent sens de l'organisation et du management de projet. Il faut être capable d'établir les plannings et de les tenir, savoir gérer une équipe, être méthodique, pragmatique et rigoureux. Le <b>consultant IT</b> doit également être un bon communicant, à l'écoute, impliqué, pédagogue et doté d'un bon relationnel, pour faire évoluer des pratiques parfois ancrées depuis des années chez ses clients.</p>
<p><b>Ingénieur sécurité web</b></p>	
<p><b>Présentation</b></p>	<p>L'ingénieur sécurité web contribue à la mise en œuvre de la politique de sécurité du système d'information notamment pour tout ce qui concerne les flux avec l'extérieur de l'entreprise (site, messagerie, paiement, identification,...) Il est chargé d'évaluer la vulnérabilité du système d'information de l'entreprise, de proposer au RSSI des solutions pour développer la politique de sécurité et d'installer des procédures de protection des réseaux informatiques contre toute intrusion extérieure (virus, hackers...).</p>
<p><b>Missions</b></p>	<p>Responsable au quotidien de la sécurité des systèmes informatiques, l'expert en cybersécurité exerce son métier en véritable chef de projet. Il est soumis à une obligation de résultat. Il contribue par sa mission à la sensibilisation des collaborateurs comme à la formalisation et au respect des règles.</p> <p>Il contribue, par son expertise, à l'ajustement des niveaux de sécurité aux besoins des différents métiers. Sa mission suppose la compréhension des besoins et des pratiques</p>

	<p>des différentes typologies d'utilisateurs. Il donne son aval avant toute modification du réseau ou du système en s'alignant sur la politique de sécurité de l'entreprise. Il contribue à définir et à mettre à jour des processus de sécurité, il est responsable du renouvellement des antivirus systèmes et de la sensibilisation des utilisateurs.</p>
<p><b>Compétences techniques</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonne connaissance de la stratégie de l'entreprise, de son organisation, de ses métiers et des enjeux.</li> <li>• Bonne connaissance du système d'information global, de l'urbanisation et de l'architecture du SI et des interfaces en applications.</li> <li>• Maîtrise des normes et procédures de sécurité et des outils et technologies qui s'y rapportent : firewall, antivirus, cryptographie, serveurs d'authentification, tests d'intrusion, PKI, filtrages d'URL...</li> <li>• Bonne connaissance des systèmes d'exploitation (MVS, UNIX, Linux, Windows...) et des langages de programmation associés.</li> <li>• Bonne connaissance des outils d'évaluation et de maîtrise des risques (méthode Marion), des réseaux et systèmes.</li> <li>• Connaissance des méthodologies (ex : OSSTMM, OWASP...).</li> <li>• Connaissance des principaux prestataires du marché de la sécurité informatique (éditeurs, sociétés de service...).</li> <li>• Bonnes connaissances juridiques en matière de sécurité et de droit informatique</li> <li>• Maîtrise de l'anglais, car 90 % des documents relatifs à la sécurité sont rédigés en anglais.</li> </ul>
<p><b>Traits de personnalité</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curiosité et goût pour la technique, car l'expert sécurité doit être au courant en permanence des nouveaux risques et des nouvelles parades (virus et antidotes).</li> <li>• Diplomatie, écoute sens du dialogue, persuasion, pour convaincre les utilisateurs des risques encourus et du bien-fondé des procédures mises en place. Intégrité et éthique, car il a accès à toutes les données sensibles de l'entreprise et il doit maintenir un bon niveau de confidentialité.</li> <li>• Capacité à gérer le stress dans des situations de crise (intrusion, virus, problème de sécurité « matérielle » (incendies, fuites d'eau...)) et à prioriser les actions à mener.</li> <li>• Rigueur, capacité d'anticipation et méthode afin de pouvoir prévoir les actions à mener en cas de crise.</li> <li>• Capacités d'analyse afin de planifier minutieusement les risques et leurs parades. Force de proposition</li> </ul>

	<p>pour faire évoluer la stratégie, ainsi que les pratiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacités pédagogiques pour vulgariser les risques et les enjeux de la sécurité à tous les niveaux dans l'entreprise.</li> <li>• Capacité à travailler avec tous les niveaux d'interlocuteurs de l'entreprise en adaptant son langage et son niveau d'explication à la population avec laquelle il est amené à travailler.</li> </ul>
<b>Consultant Business Intelligence BI/Big Data</b>	
<b>Présentation</b>	L'expert en informatique décisionnelle collecte les données et les transforme en informations et outils d'aide à la décision. Il analyse des masses importantes de données éventuellement non structurées (big data), les visualise et propose de nouveaux services aux utilisateurs.
<b>Missions</b>	Définition d'un projet de SI décisionnel et/ou big data Conception de l'architecture de l'entrepôt de données Configuration des outils d'analyse et de reporting Restitution des données et formation des utilisateurs
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissances générales en informatique : architecture des systèmes, bases de données, méthodologies de développement, CRM, ERP...</li> <li>• Compréhension de l'environnement et des activités de l'entreprise, des besoins et des contraintes des utilisateurs. Bonne connaissance du domaine fonctionnel dans lequel il intervient.</li> <li>• Maîtrise de l'organisation et de la conduite de réunions.</li> <li>• Maîtrise de l'expression de besoins.</li> <li>• Bonne connaissance de la méthodologie et des outils de tests.</li> <li>• Connaissance éventuelle d'ERP (Enterprise Resource Planning ou progiciels intégrés), de CRM (Customer Relationship Management ou gestion de la relation client).</li> <li>• La maîtrise de l'anglais peut être nécessaire pour certains postes.</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacité à vulgariser des sujets techniques complexes.</li> <li>• Diplomatie pour concilier des intérêts parfois divergents : ceux des métiers et ceux techniques et financiers.</li> <li>• Goût pour les nouvelles technologies, car le consultant travaille sur des technologies et des concepts récents</li> </ul>
<b>Gestionnaire de base de données</b>	
<b>Présentation</b>	Le gestionnaire de bases de données organise et gère en toute fiabilité les systèmes de gestion des données de l'entreprise. Il doit en assurer la cohérence, la qualité et la sécurité. Au-delà de l'aspect technique, il prend en compte

	<p>tout l'environnement de l'entreprise ainsi que les besoins et les requêtes des utilisateurs.</p>
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Installer, configurer, administrer et optimiser les bases de données.</li> <li>• Définir les procédures d'exploitation et les règles de sauvegarde et de restauration.</li> <li>• Gérer et assurer la cohérence des accès aux données.</li> <li>• Garantir la sécurité des données en collaboration avec les responsables systèmes et réseaux.</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre l'environnement de développement et d'exploitation des logiciels.</li> <li>• Maîtriser un ou plusieurs Systèmes de Gestion de Base de Données - SGBD (Oracle, Sybase, SQL Server, MySQL...), le langage de requête SQL et les outils d'accès aux bases de données.</li> <li>• Connaître les technologies de classification et d'indexation et les principes de la communication relationnelle et technologique.</li> <li>• Appréhender les règles de sécurité informatique, de formats de données et des procédures d'échanges.</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rigueur et méthode</li> <li>• Curiosité pour s'autoformer</li> <li>• Ecoute et capacité au dialogue</li> <li>• Résistance au stress</li> </ul>
<b>Métiers de la formation et d'assistance</b>	
<b>Chef de projet e-learning</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le <b>chef de projet e-learning</b> conduit la conception et la réalisation de dispositifs de formation en ligne institutionnelle ou en entreprise. Il assure l'intermédiation entre les informaticiens, les formateurs et les utilisateurs pour la mise en œuvre des formations.</p>
<b>Missions</b>	<p>Le chef de projet e-formation assure :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le pilotage et la coordination de la conception et du développement de supports de formation, de dispositifs d'accompagnement et d'évaluation des apprenants et d'administration des formations, en relation avec les spécialistes des contenus enseignés et les informaticiens ;</li> <li>• l'accompagnement du développement de la formation en ligne : il mène des actions d'information, de conseil et de formation auprès des prescripteurs et des usagers pour les aider à connaître et à maîtriser les outils et méthodes de la formation en ligne ;</li> <li>• l'administration de systèmes et d'outils de formation en ligne.</li> </ul>
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance des problématiques de l'e-formation</li> <li>• Connaissance des outils : technologies des sites web</li> </ul>

	<p>dynamiques et des plateformes de FOAD (LMS), outils collaboratifs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance des méthodes d'e-learning : tutorat, démarches d' « e-portfolio », .. ;</li> <li>• Connaissances techniques (développement, multimédia, audiovisuel, infographie) pour la conception de produits pédagogiques multimédias</li> <li>• Connaissance de l'ergonomie des sites web</li> <li>• Bonne culture des ressources pédagogiques numériques</li> <li>• Connaissance des règles de droit sur Internet</li> <li>• Conduite de projet collectif</li> <li>• Capacité à analyser les besoins, pragmatisme</li> <li>• Bonnes compétences rédactionnelles (capacité à rédiger des objectifs pédagogiques, synopsis et story-boards)</li> <li>• Pratique de l'anglais</li> <li>• Maîtrise des logiciels de bureautique (traitement de texte, tableur, diaporama,...)</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intérêt pour la pédagogie</li> <li>• Intérêt pour les nouvelles technologies et l'innovation</li> <li>• Dynamisme, créativité</li> <li>• Sens de l'organisation</li> <li>• Goût pour le travail en équipe</li> <li>• Qualités relationnelles (relations internes, relation client)</li> <li>• Sensibilité graphique</li> </ul>
<b>Téléconseiller / Téléopérateur call center</b>	
<b>Présentation</b>	<p>Le téléopérateur travaille dans un environnement très avancé en nouvelles technologies. Comme son nom l'indique, le Téléopérateur ou Téléconseiller, fournit par téléphone des informations à son interlocuteur, sous forme de propositions commerciales ou de simples conseils. Il entretient une relation privilégiée avec les clients afin de les fidéliser et d'offrir la meilleure image de son entreprise. Il peut d'ailleurs, sur certaines interventions, faire l'objet d'écoute de la part de superviseurs, afin de garantir la qualité du travail en cours et le respect des règles édictées en interne.</p>
<b>Missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réception et émission des appels</li> <li>• Prise de renseignements</li> <li>• Analyse des données</li> <li>• Résolution des problèmes</li> <li>• Remplissage de questionnaires de satisfaction</li> <li>• Proposition commerciale</li> <li>• Vente</li> <li>• Prospection</li> </ul>



	Dans une grande entreprise, une même personne peut occuper deux postes distincts : l'un pour les appels entrants, l'autre pour les appels sortants.
<b>Compétences techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonne maîtrise du français, principalement parlé</li> <li>• Anglais parfois demandé</li> <li>• Connaissance des produits proposés par l'entreprise</li> <li>• Maîtrise des principaux outils informatiques</li> </ul>
<b>Traits de personnalité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonne élocution</li> <li>• Maîtrise de soi</li> <li>• Goût pour le contact</li> <li>• Persuasion</li> <li>• coute active</li> <li>• Bonne organisation</li> <li>• Gestion du stress</li> <li>• Ponctualité</li> </ul>

## Bibliographie

[1] l'encyclopédie libre Wikipédia

[2] <http://www.mincom.tn/>

[3] [www.elgazala.tn](http://www.elgazala.tn)

[4] Global Information Technology Report 2013 World Economic Forum

[5] <http://www.anact.fr>

[6] MÉTIC Métiers, emplois et offre de formation dans les TIC en Wallonie et à Bruxelles

[7] Les métiers de l'internet, APEC

<http://www.metiers.internet.gouv.fr/>

<http://www.emweb.fr>

<http://www.cegos.fr>

<http://www.connaissance-network.com>

<http://www.cifap.com>

<http://www.cfpj.com>

<http://www.telecom-bretagne.eu>

<http://eemi.com>

<http://annuaire-metiers.cadres.apec.fr>