

DI-S13 02-03/04/2020	Refondre son site internet dans une stratégie numérique d'ensemble
--------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

<i>Contexte</i>	<p>Les nouveaux usages du numérique, le renouvellement des dynamiques pastorales ainsi que l'évolution des techniques sont autant de facteurs croisés qui conduisent les diocèses à repenser leurs outils web.</p> <p>La refonte du site internet menée par les équipes communication du diocèse est bien souvent au cœur de ce projet. Afin de le mener à bien, il est essentiel de se doter d'une approche méthodologique structurante appuyée sur une stratégie de communication globale. Il est déterminant de savoir prendre en compte et associer différents facteurs tels que les usages, les acteurs et ressources du projet ainsi que les contraintes et opportunités techniques.</p>
<i>Prérequis</i>	<p>Avoir suivi le module de formation fondamentale des responsables de communication ou posséder, de par son expérience, les connaissances et savoir-faire correspondants ;</p> <p>Etre concerné par un projet de refonte du site dans son institution et en être le pilote ou un des décideurs ou acteur clé.</p>
<i>Public</i>	<p>Responsables de la Communication des diocèses et membres de leur équipe en responsabilité du site internet.</p> <p>La formation est également ouverte aux communicants en Église des mouvements, associations et congrégations.</p>
<i>Objectifs</i>	<p>Objectif général : Elaborer, conduire et évaluer un projet de refonte de son site internet en cohérence avec la stratégie globale de communication du diocèse</p> <p><u>Objectifs pédagogiques :</u> Réaliser un état des lieux des différents médias du diocèse, afin d'inscrire la place du site dans un contexte mix-média Définir les objectifs de refonte du site à partir du diagnostic de l'existant, du recueil des besoins, des orientations pastorales du diocèse et de la réalité des moyens Acquérir une méthodologie de travail en mode projet, de la conception à l'évaluation Connaitre le contenu d'une charte éditoriale et d'un cahier des charges et être en capacité de les rédiger Savoir piloter le travail d'un prestataire de la sélection à la livraison</p>
<i>Programme</i>	<p>Inventaire des différents médias du diocèse : supports, usages, acteurs</p> <p>Analyse critique du site existant à travers différentes dimensions : usages, fréquentation, ergonomie, prise en compte des orientations pastorales, techniques</p> <p>Les facteurs de réussite du travail en mode projet : équipe projet, budget, délai, outils, communication</p> <p>Usages et contenu d'une charte éditoriale</p> <p>Éléments clés et structuration d'un cahier des charges : publics cibles, usages, fonctionnalités, identités visuelles, conditions de la migration, contraintes techniques, ...</p> <p>L'appel d'offre : définition de la procédure, négociation, sélection, contractualisation</p> <p>L'accompagnement des utilisateurs</p>
<i>Méthodes pédagogiques</i>	<p>Apports de connaissances pour nourrir la réflexion et la pratique, analyse de l'existant et partage d'expériences, travail en sous-groupes, études de cas, exercices pratiques, plans d'actions.</p>
<i>Intervenants</i>	<p>Grégoire Thiriez, Chef de projet Web à la CEF François Chassériau, Responsable communication du diocèse de Bourges Dimitri Longeau, Responsable communication du diocèse de Verdun</p>

Tarif : 665 €

Durée : 2 jours soit 14h (7 h/j)

Lieu : Paris