

# Les différents métiers de la création numérique

## Introduction

Aujourd'hui, nous sommes **quatre milliard d'internautes** : recherches d'informations, achats en ligne, rencontres... Tout est possible sur Internet !

Tous secteurs confondus, **les métiers de la création numériques génèrent plus des millions d'emplois** : ils nécessitent des qualités et des profils différents.

Nous allons détailler les différents rôles que l'on retrouve en agence digitale et les missions qu'ils doivent accomplir.

# Organisation

## Le responsable du planning

- sous la responsabilité de la direction commerciale ou de la direction générale, assure essentiellement une fonction d'encadrement : gère et anime une équipe, en assure la coordination, le contrôle et la bonne répartition des informations.
- supervise, suit le chiffre d'affaires de la veille et joue le rôle d'interface entre les chefs de projets et les créatifs.
- s'assure que chaque graphiste est disponible et contacte les freelances si les ressources ne sont pas suffisantes en interne.

# Gestion

## Le Chef de Projet Web

- l'interface entre les besoins du client (création d'un site internet, refonte du site déjà existant) et la faisabilité du projet (délai, budget, équipe, etc.).
- rédige le brief ou cahier des charges et est l'intermédiaire privilégié dans les étapes d'étude, de conception et de création du projet.
- crée le lien entre les différents services et le client : c'est le responsable du bon déroulé du projet.
- une fois terminé, teste les différentes propriétés du site (recette) et procède à son déploiement.
- sait comprendre et expliquer les besoins marketing d'un client.
- pilote différents projets, en simultané, avec différents interlocuteurs (client et prestataires).

## Le Directeur de Clientèle

- doit développer la relation client et fidéliser les annonceurs historiques de l'agence pour accroître son chiffre d'affaires.
- participe aux appels d'offre, prend en charge la réalisation de projets et manage son équipe.
- maintient le contact avec les équipes du client afin de soulever de nouveaux besoins chez l'annonceur et établir le bilan des opérations précédentes.
- met en place des actions commerciales et supervise la réalisation des prestations.

# Stratégie



## Le Planneur Stratégique

- explore l'ensemble des nouvelles tendances afin d'éclairer les créatifs sur les comportements des différentes cibles auprès desquels ils doivent communiquer.
- réalise des veilles économiques, marketing et créatives pour dégager des orientations.
- aide les designers à percevoir les éléments clés de la marque et contribue à la bonification des projets.
- doit être en phase avec les cultures de marques et comprendre son client afin de développer une stratégie et un positionnement pour le lancement de leur produit.

## Le Concepteur-Rédacteur

- chargé d'élaborer les concepts d'opérations et de rédiger les messages qui en découleront.
- se base sur les axes et les tendances de marque dégagés par le Planneur Stratégique.
- travaille en binôme avec le Directeur Artistique, qui est chargé de l'aspect visuel des créations.
- doit s'adapter et **ajuster son discours** en fonction des supports de communication choisis et des cibles visées.

# Création

## Le Directeur de Création

- dirige l'équipe créative : Directeurs Artistiques, Graphistes, Maquettistes, Concepteurs-Rédacteurs...
- est porteur de l'identité créative de l'agence dans laquelle il ou elle évolue.
- chargé de la répartition des missions et les attribue aux créatifs en fonction des compétences et disponibilités.
- doit proposer des pistes de réflexion, apporter un regard critique sur les pistes proposées par son équipe et sélectionner les meilleures propositions.
- est chargé de présenter les propositions au client afin de le convaincre de la pertinence des créations réalisées.

## Le Directeur Artistique Web

- doit posséder une grande culture artistique et graphique : théorique comme pratique.
- nécessite un bon esprit de synthèse, une vision d'ensemble du projet et la capacité de le scénariser.
- maîtrise parfaitement les contraintes des environnements techniques (intégration, responsive design) et artistiques (typographie, composition, mise en page...) utilisés dans la réalisation de dispositifs numériques.
- fonctionne comme « l'œil et l'oreille » du projet.
- est chargé de déterminer une liste de règles d'identité visuelle et de l'appliquer aux pages-clés afin que le Webdesigner puisse décliner les gabarits restants.

## Le Webdesigner

- utilise l'identité visuelle et la charte graphique du site web conçue par le Directeur Artistique afin de maquetter l'ensemble des pages du site Web.
- garantit une exécution rapide et une déclinaison cohérente des pages.
- doit respecter le cahier des charges défini en début de projet ainsi que le brief créatif réalisé par le DA et le Chef de Projet.
- est aussi en charge de la qualité des fichiers qui seront livrés à l'intégrateur.

## Le Motion Designer

- conçoit, scénarise et réalise des documents vidéos pour les intégrer sur le site Web ou sur les réseaux sociaux.
- apporte des conseils sur des animations et transitions sur le site, ainsi que des prototypes et des essais, généralement en utilisant le logiciel AfterEffects.

## L'UX Designer

- établit des recommandations et retranscrit les résultats des tests sur l'activité réelle des utilisateurs.
- traduit les besoins des utilisateurs en interfaces et maquettes fonctionnelles.
- s'attache à rendre l'expérience de l'utilisateur aussi efficace, agréable et satisfaisante que possible.
- établit des analyses concurrentielles, des personae, des scénarios d'usage, des représentations schématiques des interfaces...
- doit proposer des solutions et des améliorations aux interfaces imaginées par les créatifs.



## Spécialiste de l'Accessibilité Numérique

- assure l'accessibilité des contenus pour les personnes en situation de handicap.
- chargé d'établir un diagnostic afin d'identifier les améliorations à apporter sur un site ou sur un outil.
- met en place des tests utilisateurs, en analyse les résultats et se charge de l'adaptation.
- s'assure que les projets déjà réalisés sont toujours aux normes et évalue les besoins en matière d'actualisation.
- maîtrise les normes (WCAG, Web Content Accessibility Guidelines) et les recommandations du WAI (Web Accessibility Initiative) du W3C (World Wide Web Consortium) : l'organisme chargé de promouvoir la compatibilité et la lisibilité des contenus numériques.

# Développement

## Le Chef de Projet Technique

- apporte une réponse technique aux spécifications fonctionnelles recensées par le Chef de Projet.
- formalise les spécifications techniques dans un cahier des charges technique puis constitue et coordonne l'équipe technique qui réalisera le projet.
- gère le planning, les ressources, attribue les tâches et s'assure que les développements techniques répondent aux fonctionnalités souhaitées.

## L'intégrateur Web

- est chargé de produire et de retranscrire en langage HTML et CSS les maquettes fournies par l'équipe créative.
- intègre les différents éléments textes, images, sons, et vidéos qui vont composer le site Internet.
- construit les gabarits de 'pages types' qui seront présents sur le site avant de les fournir au développeur qui se charge d'y intégrer les fonctionnalités (côté du serveur).
- conseille les développeurs et créatifs en matière de format, de taille de fichiers, de compression d'image... et participe à la qualité visuelle du site ainsi qu'au respect des normes d'accessibilité, d'ergonomie et de référencement.
- vérifie que les pages intégrées sont valides sur les différents navigateurs.

## Le développeur Web

- s'occupe de la partie technique des sites Web.
- conçoit des sites sur mesure ou adapte des solutions techniques existantes (CMS) pour répondre au besoin du client.
- spécialiste des langages informatiques (PHP, ASP, SQL, AJAX, etc.), afin de prendre en charge l'analyse technique et la réalisation de l'ensemble des fonctionnalités du site.
- veille à la sécurité sur le site, l'accès aux base de données, sa bonne architecture...
- réalise une série de tests pour s'assurer du bon fonctionnement du système et rédige des notices techniques d'installation et d'exploitation pour les utilisateurs.
- assure également la maintenance du site : dès qu'un problème technique survient, il faut le corriger.

## L'ingénieur réseau

- s'assure de la connectivité des serveurs Web, bases de données et autres infrastructures nécessaires au déploiement du site.
- doit assurer la sécurité de l'ensemble de l'infrastructure : patchs de sécurité, mises à jour logicielles et système, renouvellement des certificats...
- doit surveiller le trafic afin de prévenir les pics d'utilisation, les goulots d'étranglement ou tentatives d'accès malveillantes.
- doit s'assurer des sauvegardes des données et de leur restitution (si nécessaire).

## L'Administrateur de base de données

- modélise les bases de données, optimise les requêtes.
- fait les mises à jour des logiciels de bases de données.
- sécurise les bases ainsi que les sauvegardes.
- se coordonne avec l'Ingénieur Réseau sur la connexion, l'accès et la sécurité des bases de données.

# Éditorial



## Le Rédacteur Web

- rechercher, collecter, organiser et traiter les informations afin de rédiger des articles qui alimentent le contenu éditorial des sites.
- doit adapter son style d'écriture afin de capter l'attention du lecteur dès les premiers mots. Les sujets abordés peuvent être très variés selon le secteur, le type d'entreprise ou l'actualité.
- doit faire preuve d'une grande originalité dans ses contenus. Son style et sa qualité éditoriale jouent énormément sur la popularité des sites et leur référencement naturel.

# Analyse

## Le Consultant Web Analytics

- met en place des outils pour centraliser les données sur la fréquentation d'un site Web.
- utilise des outils de marketing en ligne afin d'analyser le comportement des internautes (provenance, nombre de clics, temps passé sur une page, etc.) et faire des prévisions pour proposer des recommandations au client afin de répondre aux objectifs de l'équipe projet.
- étudie l'efficacité du référencement naturel et des différentes publicités proposant d'aller sur le site.

## Responsable Acquisition Traffic

- a pour mission d'augmenter et de générer du trafic (qualifié ou non) sur un site Web.
- est chargé de l'achat de mots-clés sur les moteurs de recherches et de l'achat des liens et mots-clés sponsorisés.
- spécialiste du référencement, gestionnaire des campagnes dans le but d'améliorer la visibilité du site.
- travaille en collaboration avec les autres services afin d'élaborer une stratégie cohérente qui attirera les internautes sur le site.
- est au croisement entre l'aspect créatif, technique et marketing du marché.

## Chef de projet e-CRM

- a pour objectif de connaître au mieux le consommateur pour réussir à le fidéliser.
- s'occupe de la relation client sur le Web.
- travaille souvent pour des sites de e-commerce et est chargé de personnaliser le site Web en fonction des habitudes de navigation du consommateur. Pour y parvenir, suit le trafic du site, analyse les comportements des internautes et cherche à comprendre les attitudes du visiteurs.
- gère l'envoi d'emails (newsletters) sur mesure, dans le cadre d'offres promotionnelles ou d'anniversaire client, par exemple.

## Le référencement

- évalue la position du site sur les moteurs de recherche par rapport à ses concurrents.
- élaborer une stratégie de référencement afin de déterminer l'activité à mettre en avant et la cible principale à viser.
- en créant des mots clés, des contenus et des descriptions, il optimise la visibilité du site. Ses choix doivent être pertinents car l'internaute doit pouvoir trouver un site sur la base de mots-clés.
- peut aussi acheter des mots clés auprès de moteurs de recherche. Cette technique offre une meilleure visibilité.
- doit s'assurer que le site garde ou augmente son 'ranking'.
- doit assurer la notoriété du site en négociant des liens, en gérant la publicité sur les moteurs de recherche, les blogs, etc.
- doit s'occuper du suivi complet (rédaction de tableaux de bord, analyse comportementale, présentation de statistiques, etc.) afin de toujours améliorer le référencement du site.

# Contenus

## L'architecte de l'information

- élabore les fondations de l'interface en délimitant le périmètre fonctionnel de travail, l'architecture de l'information et les objectifs marketing.
- a une double mission : structurer l'information et en optimiser l'accès en travaillant sur l'organisation et la segmentation des contenus, la navigation, la terminologie et les systèmes de recherche sur le site.
- liste tous les contenus disponibles qui apparaîtront sur le site, puis les classe en différentes catégories
- réalise l'arborescence du site.



## Le Community Manager

- est responsable de l'image de marque d'une entreprise sur le Web et sur les réseaux sociaux.
- anime les communautés d'internautes en répondant à leurs questions, en lançant des discussions, et en s'assurant que les règles de l'éthique et de la politesse soient respectées afin d'assurer la promotion et protéger la réputation de la marque.
- exige une vraie connaissance des comportements et des outils Web car il s'agit d'un travail sur le long terme.

## Le Documentaliste

- répond aux besoins d'informations et de documentations de son organisation ou de clients externes.
- collecte des informations recensées dans des bases de données et à partir desquelles il convient de réaliser des produits documentaires (revues de presse, bibliographies, synthèses, dossiers documentaires, etc.).
- maîtrise les outils et la méthodologie de recherche et de diffusion d'information sur le Web.

## L'iconographe, l'acheteur d'art

- recherche des images et des documents dans des bases de données, des banques d'images et des collections spécialisées selon les demandes de l'équipe.
- peut parfois passer commande d'images, reportages, illustrations, autres documents selon des besoins ponctuels.
- négocie l'utilisation, le prix et les droits d'utilisation des images.
- métier en voie de disparition.

## Le Juriste

- apporte son aide pour clarifier tous les problèmes d'ordre juridique qui se manifestent en cours de production et d'exploitation du projet numérique.
- donne les repères juridiques essentiels afin de respecter le cadre légal en vigueur et d'assurer l'exploitation légitime du produit ou du service multimédia. Ses conseils se porteront donc sur le contenu de l'œuvre, son droit de numérisation et de reproduction informatique, le cadre de sa diffusion, les contributeurs de l'œuvre, etc.
- maîtrise les différentes branches du droit, se tient régulièrement au courant de l'évolution technologique et met à jour ses connaissances juridiques.