



PROGRAMME DE FORMATION

[Parcours Individualisé Création et Gestion de Site Internet, SEO et Marketing Digital]

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- *Partie 1 : Création, Gestion de son Site Internet & Référencement Naturel (SEO)*
 - *Comprendre les fondamentaux de la création d'un site internet (CMS, hébergement, domaine).*
 - *Savoir créer un site internet fonctionnel et attrayant.*
 - *Appliquer les bases du référencement naturel (SEO) pour améliorer la visibilité.*
 - *Optimiser le contenu pour le SEO et analyser les performances.*
- *Partie 2 : Marketing Digital*
 - *Maîtriser les outils et les stratégies du marketing digital.*
 - *Créer et gérer des campagnes marketing en ligne.*
 - *Utiliser les réseaux sociaux pour augmenter la visibilité.*
 - *Mesurer et analyser les performances des campagnes marketing.*

PUBLIC CONCERNÉ

- *Entrepreneurs, indépendants ou PME souhaitant développer leur présence en ligne.*
- *Responsables marketing ou communication souhaitant approfondir leurs compétences digitales.*
- *Toute personne souhaitant créer un site internet ou améliorer sa visibilité en ligne.*

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire à la formation.

Disposer d'un ordinateur ou d'un téléphone portable (smartphone) lors des sessions de formation.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

56 heures en présentiel : 10 stagiaires maximum

LIEU DE LA FORMATION

En présentiel : 49 Av. Jean Jaurès, 30900 Nîmes



CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 : Introduction à la Création de Site Internet (8h)

Matinée (4h)

1. Introduction à la création de site web : enjeux et objectifs (1h)
 - Pourquoi avoir un site web en 2024 ?
 - Les différents types de sites web (vitrine, e-commerce, blog).
 - Les étapes clés d'un projet web réussi.
2. Présentation des CMS (1.5h)
 - Introduction aux CMS (WordPress, Wix, Shopify).
 - Avantages et inconvénients de chaque solution en termes de coût, personnalisation, et simplicité.
 - Étude de cas : exemples de sites construits avec chaque CMS.
3. Atelier : Choisir un CMS adapté à ses besoins (1.5h)
 - Exercice pratique : identifier ses besoins.
 - Comparaison des CMS pour un cas concret (site vitrine d'un artisan, boutique en ligne, etc.).

Après-midi (4h)

1. Configuration initiale : achat de domaine et hébergement (1.5h)
 - Comprendre les différents types d'hébergement (partagé, dédié, cloud).
 - Étapes pour acheter un domaine et un hébergement.
 - Paramétrage de base : connexion domaine/hébergement.
2. Installer et configurer un CMS (1h)
 - Installer WordPress ou un autre CMS sur un hébergement.
 - Configuration des paramètres initiaux (langue, timezone, plugins de base).
3. Atelier pratique : Installation d'un site de test (1.5h)
 - Mise en place d'un site fonctionnel avec un CMS.
 - Création d'un compte utilisateur, installation d'un thème, et ajout d'une page d'accueil.

Jour 2 : Design et Contenu du Site (8h)

Matinée (4h)

1. Comprendre l'expérience utilisateur (UX) et le design d'interface (UI) (2h)
 - Les principes de l'UX/UI : simplicité, clarté, accessibilité.
 - Bonnes pratiques pour un design efficace et attrayant.
 - Analyse critique de sites existants.
2. Structurer un site : arborescence et navigation (1h)
 - Définir l'arborescence (menu principal, sous-pages).
 - Importance de la cohérence et des parcours utilisateurs.
3. Atelier : Création d'un prototype simple (1h)
 - Outils de prototypage rapide (Figma, Wireframe.cc).
 - Construire un wireframe d'un site fictif.



Après-midi (4h)

1. Création et optimisation des pages principales (2h)
 - Pages essentielles : accueil, à propos, contact, produits/services.
 - Importance du call-to-action (CTA) et du design responsive.
2. Introduction à la rédaction web : contenu engageant et efficace (1h)
 - Rédiger pour le web : simplicité, pertinence, et attractivité.
 - Les règles de base du storytelling.
3. Atelier : Rédaction des premières pages (1h)
 - Rédaction d'un texte pour une page d'accueil.
 - Critique et amélioration collaborative.

Jour 3 : Introduction au Référencement Naturel (SEO) (8h)

Matinée (4h)

1. Qu'est-ce que le SEO ? Importance pour un site web (1h)
 - Fonctionnement des moteurs de recherche.
 - Différence entre SEO, SEA, et SEM.
2. Comprendre les mots-clés et leur rôle (1.5h)
 - Identifier les mots-clés pertinents.
 - Différence entre mots-clés courts et longue traîne.
3. Outils de recherche de mots-clés (1.5h)
 - Introduction à Google Keyword Planner, SEMrush, Ubersuggest.
 - Exercice pratique : trouver des mots-clés pour un site fictif.

Après-midi (4h)

1. Optimisation SEO on-page (2h)
 - Importance des balises (H1, H2, H3), titres, et méta-descriptions.
 - Optimisation des images et leur poids.
2. Atelier : Appliquer les bases SEO sur un site de test (2h)
 - Optimiser une page pour les mots-clés identifiés.
 - Vérification des résultats avec un outil d'audit SEO.

Jour 4 : SEO Avancé et Analyse (8h)

Matinée (4h)

1. SEO technique : sitemap, robots.txt, maillage interne (2h)
 - Rendre un site facilement indexable par Google.
 - Créer un maillage interne efficace.
2. Introduction aux backlinks et stratégies de netlinking (1h)
 - Rôle des backlinks dans le référencement.
 - Identifier des opportunités de netlinking.
3. Atelier : Planifier une stratégie de backlink (1h)
 - Recherche de sites partenaires et plan d'action.

Après-midi (4h)



1. Suivre les performances avec Google Analytics et Search Console (2h)
 - Paramétrer Google Analytics pour le suivi des visiteurs.
 - Utiliser Search Console pour détecter les problèmes SEO.
2. Atelier : Analyse d'un site existant (2h)
 - Audit SEO d'un site fictif ou réel.
 - Rédaction d'un rapport d'amélioration.

Jour 5 : Introduction au Marketing Digital (8h)

Matinée (4h)

1. Comprendre le marketing digital : objectifs et leviers principaux (2h)
 - Présentation des stratégies (inbound, outbound).
 - Étude de cas : analyse de campagnes réussies.
2. Panorama des outils de marketing digital (2h)
 - E-mailing, automation, social media, SEA.
 - Introduction aux outils comme Mailchimp, HubSpot.

Après-midi (4h)

1. Focus sur le marketing de contenu : blog, vidéo, infographie (2h)
 - Créer des contenus engageants pour attirer du trafic.
 - Importance du storytelling dans les formats visuels.
2. Atelier : Création d'un calendrier éditorial (2h)
 - Identifier les thèmes pertinents.
 - Planification sur 1 mois.

Jour 6 : Réseaux Sociaux et Publicité Digitale (8h)

Matinée (4h)

1. Utilisation des réseaux sociaux pour le business (2h)
 - Présentation des plateformes (forces/faiblesses).
 - Les bonnes pratiques pour engager une communauté.
2. Atelier : Planifier des posts pour une semaine (2h)
 - Rédaction et planification avec un outil comme Buffer ou Hootsuite.

Après-midi (4h)

1. Introduction à la publicité en ligne (SEA, Social Ads) (2h)
 - Configuration de campagnes publicitaires simples.
 - Analyse des performances publicitaires.
2. Atelier : Simulation de campagnes publicitaires (2h)
 - Création et optimisation de campagnes fictives.

Jour 7 : Analyse des Performances et Conclusion (8h)

Matinée (4h)

1. Suivre et analyser les KPIs (Key Performance Indicators) (2h)
 - Identifier les métriques importantes (taux de conversion, trafic, etc.).



- Utilisation de Google Data Studio pour visualiser les données.
2. Atelier : Création d'un rapport de performance simple (2h)
 - Mise en forme d'un rapport pour un client ou une entreprise.

Après-midi (4h)

1. Synthèse des apprentissages et retours d'expérience (2h)
 - Révisions interactives et discussions autour des défis rencontrés.
2. Atelier : Élaboration d'un plan d'action post-formation (2h)
 - Construire un plan personnalisé pour chaque participant.
 - Partage de ressources complémentaires.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents, supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation via dossier drive partagé en amont par mail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM en amont pour définir le niveau de connaissance

Formation : suivi des différents modules

QCM final pour valider les compétences acquises

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Kenny Briolotta, diplômé en Marketing et création multimédia de l'IA de Nice, sera le formateur principal de cette formation. Fort de ses compétences en marketing et en création multimédia, Kenny vous guidera à travers le contenu du cours. Il sera votre ressource principale pour développer vos compétences en communication efficace.

MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

TARIF

Nous contacter pour un devis.



DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.

CONTACT

Gaune Solenn

Référente pédagogique et formatrice

formation@apostrophe-consulting.fr

0762736089