Créer un site vitrine et marchand pour son exploitation

Référence	Devint2 – Mise à jour 10/2020
Durée	45 heures
Pédagogie	– Alternance théorie/pratique – Vidéoprojection des étapes – Applications à des cas concrets
Public Visé	Tout public
Animateur / Formateur	Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE Thomas Quantin Gaëlle Henaf
Prérequis	– Maîtrise de Windows ou MacOS – Maîtrise des navigateurs Internet – Connaissances de base en design
Lieu	Dans nos locaux, sur site ou en FOAD
Formation éligible au CPF	Oui : Code CPF 237359

1 Objectifs / Finalités

- Améliorer sa communication grâce à un site vitrine
- Développer son activité de vente directe via Internet
- Créer un site marchand
- Conduire un projet Internet : analyse et mise en place d'un cahier des charges – planification des actions – gestion des moyens
- Gérer un site : mise en place des supports d'e-marketing – conformité au droit
- Lier la communication électronique et la communication classique

2 Thématiques

Séquence 1 : Notions de base de Web

- Utilisation d'un environnement de test
- Séparation sémantique / mise en forme
- Les balises utiles des langages HTML5 et CSS3
- Vue générale des balises les plus courantes en HTML5
- Adaptation des pages et de la sémantique aux moteurs de recherche

- Validation des pages et du site
- Débuggage
- Création d'un espace, d'un nom de domaine, hébergement
- Mise en ligne et utilisation d'un client FTP

Séquence 2 : Définir les besoins et les outils

- Créer un cahier des charges en partant des idées et des besoins
- Lier besoins et capacités techniques
- Choisir des outils adaptés à l'usage souhaité et au public visé

Séquence 3 : Utilisation de CMS (Gestionnaires de contenu)

- Vue d'ensemble des principaux CMS vitrine du marché
- Installation, mise en place
- Front-office, back-office
- Gestion du CMS, des contenus, des utilisateurs et des droits.
- Création d'une charte graphique, gestion des contraintes techniques et graphiques
- Gestion de la sécurité
- Gestion du référencement
- Mises à jour et maintenance

Séquence 4 : Boutiques en ligne

- Choix d'un CMS adapté
- Spécificités d'une boutique par rapport à un CMS classique
- Gestion des niveaux de back-office, stocks, produits, spécificités des produits…
- Gestion des paiements dématérialisés
- Gestion du référencement spécifique à une boutique
- Utilisation de photos, d'images. Gestion des droits d'utilisation

Séquence 5 : Référencement et réseaux sociaux

- Gestion des priorités de référencement
- Adaptation des pages et des méthodes utilisées pour favoriser le référencement
- Création de liens avec les réseaux sociaux et préconisations pour faciliter ces liens
- Référencement naturel / référencement payant

3 Evaluations

- Evaluations pratiques après chaque séquence avec si besoin reprise des savoir-faire non acquis
- Evaluation pratique en fin de stage