

1 à 17 jours
7 A 119 HEURES

300 € / jour*
PRIX INTER

INTRA OU INTER
SUR MESURE

Parcours professionnalisant outils de la communication digitale

Certification : Passeport de Compétences Informatiques Européen

WordPress

et/ou

WooCommerce

et/ou

PrestaShop

et/ou

Référencement naturel - SEO

et/ou

Newsletter · Campagne e-mailing

et/ou

Communiquer : Réseaux Sociaux

et/ou

Rédaction digitale · Ecrire pour le web

et/ou

Maîtriser la vidéo : web et réseaux sociaux

Certification PCIE

Parcours modulaire

Participants

Tout public

Prérequis

Connaissances de base
de l'outil informatique

Moyens pédagogiques

Parcours de formation en présentiel : alternance apports théoriques et exercices de mise en situation professionnelle. Salle équipée de matériel pédagogique : vidéoprojecteur, paperboard, postes informatiques à disposition, supports de formation.

Techniques d'encadrement

Parcours de formation en présentiel dispensé par des formateurs certifiés PCIE (Passeport de Compétences Informatiques Européen), experts du web et de l'environnement informatique.

Délais d'accès

Variables en fonction du statut, du financeur et du planning de nos formations en inter : merci de nous consulter.

Accessibilité

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter.

Modalités d'évaluation / Niveau d'entrée et de sortie

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

A la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

Formation certifiante : **possibilité de passer le PCIE en fin de parcours** – éligible au CPF / 237556

www.modula-formation.com

Contactez-nous !

05 56 44 58 68

contact@modula-formation.com

Grand Angle
Avenue Périé
33520 BRUGES

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Installer le système de gestion de contenu Wordpress pour apprendre à créer et à gérer un site web,

Apprendre la logique et la méthodologie du back-office ou éditeur du CMS Wordpress afin de réaliser des sites web.

PROGRAMME : WordPress

INTRODUCTION & PRISE EN MAIN DE WORDPRESS

- Définitions, vocabulaire et utilisations liés au web : CMS, www, domaine, URL, hyperlien, hébergement, moteur de recherche, http, FTP, ...
- Terminologie : client / serveur, navigateur et serveur web
- Les différents types de sites (Forum, Vitrine, E-commerce, Blog, ...)
- Les principes de la conception d'un site web (pour qui ? pour quoi ?)
- Propriété intellectuelle, droit d'auteur et implications propres au web
- Législation propre à un site internet en France
- Choisir un hébergement et un Nom de Domaine
- Préparer la création de son site : organisation de la structure du site, storyboards, modèle de mise en page, plan de navigation
- Les bonnes pratiques : bases de l'UX design (polices, médias, design, ...)
- Présentation de WordPress (historique)
- Se connecter, ouvrir, fermer le back-office du CMS
- Découverte du tableau de bord
- Fonctionnalités de base de WordPress : nouvelle page, modèles, ...
- Installation de WordPress sur serveur local et/ou distant
- Configurer correctement WordPress

UTILISATION DE WORDPRESS

- Écrire et publier son premier article ou sa première page
- Insérer, éditer, supprimer du texte : police, taille, mise en forme, attributs, ...
- Mise en page : formatage des paragraphes, marges des pages, couleurs ou images de fond, ...
- Les différents types d'hyperliens et d'ancres : insertion, utilisation, édition, mise en forme, type d'ouverture, cible, ...
- Aperçu de page, avec code source et modifier depuis WordPress
- Les catégories et les tags
- Options et préférences de WordPress ; Fonction Aide
- Gestion et optimisation des Médias (Images, vidéos)
- Créer une galerie d'images
- Mieux se servir de l'éditeur
- Mises en forme avancées : les tableaux, les objets graphiques et les formes
- Gestion du Flux RSS
- Gestion des utilisateurs
- Gestion des commentaires

BASES DU HTML ET INTÉGRATION

- Définitions, vocabulaire et utilisations liés au langage HTML (Hypertext Markup Language) : W3C, interopérabilité des sites Web entre les navigateurs, accessibilité améliorée, déclarations de type de document cohérent.
- Afficher le code source d'une page web
- Connaître les balises et balises de marquage pour structurer une page
- Concept de CSS : termes, utilisation, structure et mise en pratique

OPTIMISER SON SITE WEB

- Optimisation de la vitesse de téléchargement de pages web
- Plug-ins : découvrir, ajouter, formulaires, cartes google maps, sons, vidéo, etc.
- Formulaires : comprendre et utiliser les différents types de formulaires
- Télécharger un thème WordPress et l'adapter ; traductions
- Retouches et modifications du style (CSS)
- Utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, ...)
- Techniques d'optimisation & SEO
- La sécurité de son site
- Télécharger son site web
- Identifier et corriger les liens cassés dans son site web

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Définir son cahier des charges pour aborder le projet web d'un site e-commerce sous le CMS Woocommerce avec méthodologie.

Connaître et organiser les différents aspects et configurations de sa boutique en ligne sous Woocommerce : catalogue, produits, clients, paiement, livraison,

PROGRAMME : WooCommerce

INSTALLATION DE SA BOUTIQUE

- Définition d'un site e-commerce et du CMS Woocommerce
- Choisir et utiliser un thème Wordpress compatible WooCommerce
- Télécharger et installer WooCommerce
- Configurer le thème
- Informations générales : catalogue, permaliens, devises et taxes, comptes clients, accès administrateurs et utilisateurs, permaliens

CRÉER UN CATALOGUE DE PRODUITS ET DE CLIENTS

- Créer un catalogue : création et gestion de produits et pages liées
- Les différents types de produits : simple, téléchargeable, virtuel, groupé, externe, variable
- Les différents attributs et les catégories de produits
- Mettre en valeur un produit
- Comptes client et accès utilisateurs
- Paramétrer les permaliens

GÉRER LA VENTE DES PRODUITS

- Rédaction des Conditions Générales de Ventes (CGV) et mise en ligne
- Paramétrer les devises et taxes
- Les différents moyens de paiement : virement bancaire, chèque, Paypal, carte de crédit, paiement à la livraison
- Ajouter des promotions
- Paramétrer les options de livraison : à taux fixe, gratuite, la livraison internationale, locale, le retrait en point de vente

LES COMMANDES

- Gérer les commandes
- Paramétrer les emails de la boutique : factures,...
- Analyser les ventes

WEBDESIGN ET MISE EN PAGE DU SITE

- Paramétrer la page d'accueil de son site e-commerce
- Faciliter la navigation et organiser le menu
- Paramétrer les pages spécifiques (panier, commande,...)
- Optimiser son référencement naturel (SEO)
- Utiliser les Widgets WooCommerce
- Connaître les extensions utiles
- Exporter ses données et mettre en ligne sa boutique
- Tester sa boutique

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Définir son cahier des charges pour aborder le projet web d'un site e-commerce sous le CMS Prestashop avec méthodologie.

Connaître et organiser les différents aspects et configurations de sa boutique en ligne sous Prestashop : catalogue, produits, clients, paiement, livraison, ...

PROGRAMME : PrestaShop

PRÉSENTATION ET INSTALLATION DE PRESTASHOP

- Objectif d'un site e-commerce.
- Fonctionnalités principales
- Installation locale/distante
- Dépôt de son nom de marque et de domaine
- PrestaShop côté utilisateur (Front Office) : éléments de la page d'accueil, système de navigation, modules
- PrestaShop côté administrateur (Back Office) : le panneau d'administration, les onglets.

CRÉER UN CATALOGUE DE PRODUITS ET DE CLIENTS

- Créer la hiérarchie des catégories et des sous-catégories
- Affecter des produits à une catégorie.
- Créer des clients et des groupes de clients

GÉRER LES COMMANDES ET ADMINISTRER LES SOLUTIONS DE PAIEMENT

- Créer une nouvelle commande
- Afficher les commandes d'un client
- Contrôler le statut d'une commande (livrée, en attente, annulée, réglée...)
- Les modules de paiement (chèque, PayPal...)
- Les différentes possibilités de paiement : boutons Paypal, carte bleue, virements bancaires...
- Les prérequis et contraintes pour lancer une boutique en ligne : le paiement sécurisé, les conditions générales de vente, la livraison...
- Définir les frais de transport et de livraison

ANIMER ET PROMOUVOIR SA BOUTIQUE INTERNET

- Créer des modules (couponning, soldes...)
- Fidéliser les clients avec une newsletter
- Optimiser le référencement naturel : mots clés, Url, titre de pages...
- Penser aux partenariats, à l'affiliation et aux places de marché

CRÉER UN ASPECT PERSONNALISÉ

- Définir le design et les styles du thème personnalisé
- Choisir un des modèles fournis parmi les thèmes
- Présentation des modules affichés et de leur principe d'installation
- Modification simple du thème fourni avec les CSS

SUIVRE L'ACTIVITÉ DU SITE

- Afficher les statistiques et définir les préférences
- Proposer des offres spéciales
- Afficher les produits phares sur la page d'accueil
- Optimiser le référencement naturel du site

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Être capable d'optimiser un site web pour les moteurs de recherche et d'atteindre le meilleur positionnement stratégique possible au sein des pages de résultats des principaux moteurs de recherche.

PROGRAMME : Référencement naturel - SEO

LES MOTEURS DE RECHERCHE ET LE COMPORTEMENT DES INTERNAUTES

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et des critères de pertinence : exploration, indexation, algorithme de classement et syntaxe de recherche
- Définition et utilisation du référencement naturel (SEO)
- Chasser les idées reçues à propos du référencement
- Faire l'état des lieux de l'indexation de son site
- Assurer l'indexation de toutes les pages de son site (site maps, robots.txt...)
- Comprendre et améliorer le PageRank
- Comprendre le comportement des internautes qui effectuent des recherches

ÉTUDE DE PERTINENCE DES LOCUTIONS STRATÉGIQUES

- Définir le champ sémantique du site : comprendre le terme « mot-clé »
- Créer une liste de mots-clés
- Utiliser les outils fournis par Google et les autres moteurs
- Comprendre le phénomène de la longue traîne

OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Écrire des titres de pages efficaces à la fois pour les internautes et pour le référencement
- Optimiser le contenu des pages en utilisant les balises HTML
- Optimiser les liens internes et externes
- Optimisation des URL, des sous domaines et des noms de domaine.
- Référencer un site multilingue
- Optimiser la page d'accueil de son site
- Optimiser les pages de contenu et de la structure de son site
- Comment contrôler le contenu dupliqué
- Gestion et optimisation de l'indice de confiance dans Google

AMÉLIORER SON POSITIONNEMENT DANS GOOGLE

- Auditer et analyser l'état de son site vis-à-vis des outils de recherche
- Comprendre la stratégie de référencement de ses concurrents
- Optimiser techniquement son site
- Adopter un style d'écriture efficace pour le web

COMPRENDRE LE SEM

- Compléter les actions du SEO par le SEA et le SMO
- Le marketing exercé sur les moteurs de recherche : les plateformes - SEA
- Différents type de publicités en ligne et leur origine
- Les posts sponsorisés sur les réseaux sociaux : SMO (Social Media Optimisation)

ANALYTIQUE

- « Analytics » : terminologie et objectifs
- Créer un compte et utiliser un outil d'analyse
- Trafic web : analyser l'audience d'un site et comprendre les termes liés
- Établir un rapport pour un projet ou une campagne web
- Lire et exporter un rapport, comprendre un feed-back
- Termes courants de l'analyse de la publicité en ligne : paiement au clic (PPC), coût par millier (CPM), coût par acquisition (CPA), coût par mille (CPP) et coût par conversion (CPC)

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Comprendre la méthodologie d'envoi d'une campagne d'emailing, appréhender les différents outils et plateformes disponibles dans la création et l'envoi de newsletters.

Concevoir une campagne d'emailing ou une newsletter attractive.

PROGRAMME : Newsletter · Campagne e-mailing

INTRODUCTION

- Logiciel de messagerie et plateformes d'emailing, quelles différences ? Comment fonctionnent-ils ?
- Le cheminement d'un mail
- Terminologie : « opt-in » et « opt-out »

LOGICIEL DE MESSAGERIE

- La découverte du logiciel ;
- Le paramétrage de son adresse de messagerie
- Gérer ses contacts
- Envoyer/recevoir un mail
- Répondre à une personne, à un groupe de personnes
- Transférer un message

PLATEFORME D'EMAILING

- Découverte de l'interface : créer un compte
- Créer, modifier, supprimer une liste de contacts

AVANT DE LANCER UNE NEWSLETTER

- Analyse et typologie des newsletters
- Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter
- Choisir et mettre en place une ligne éditoriale
- Repérer les solutions techniques et choisir sa solution la plus adaptée
- Connaître et respecter la législation en vigueur (RGPD)

CONCEVOIR ET PERSONNALISER UNE NEWSLETTER

- Créer une campagne
- Choisir les messages clés à communiquer
- Concevoir la maquette ; Structurer le contenu de la lettre
- Choisir un modèle ou définir la charte graphique
- Couleur et graphisme ; contenus visuels
- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
- Apprendre à synthétiser
- Créer des niveaux de lecture ; Mettre en valeur le texte
- Veiller à l'ergonomie de la lettre

ENRICHIR LA NEWSLETTER

- Ajouter des liens hypertextes ; Illustrer la newsletter avec des photos
- Intégrer les contraintes d'affichage des images
- Veiller à la mise en page

DIFFUSER LA NEWSLETTER ET FAVORISER L'OUVERTURE

- Définir des champs d'en-tête pertinents
- Expéditeur, Objet
- Optimiser la dérivabilité (filtres anti-spam)
- Mesurer l'efficacité : taux d'ouverture et taux de clic, taux de rebond, désabonnement, nombre total d'abonnés, ...

LE MARKETING MOBILE

- Les avantages du marketing mobile en supplément du mailing
- Campagne de marketing mobile : application, site responsive, site mobile, publicités et campagnes SMS, ...

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Optimiser la visibilité d'un site web à partir de l'utilisation des réseaux et médias sociaux ;
Développer l'image de marque et générer une communauté d'utilisateurs et de consommateurs fidèles.

PROGRAMME : Communiquer – Réseaux Sociaux

LA DIMENSION SOCIALE D'INTERNET

- Les briques de construction et l'utilisation du Web social
- La dimension sociale des services en ligne
- La construction de l'identité numérique
- Anonymat ou transparence ?
- La recherche de personnes sur Internet : le profil
- Personnalisation et paramètres : notifications, données, ...

OUTILS DE LA COLLABORATION NUMÉRIQUE ET TYPOLOGIE DES RÉSEAUX SOCIAUX

- 10 exemples d'outils et d'usages collaboratifs et sociaux
- Frontière sphère privée et sphère publique
- Gestion de la réputation numérique
- Distinguer les différents types de profils : personnel, entreprise, groupe, événement, ...
- Étendre ses opportunités de rencontres professionnelles.
- Qu'est-ce qu'un réseau ou un média social ?
- Principales utilisations et plateformes communes
- Public cible
- Inscription rapide : créer, éditer son profil
- Actions : post, article, commentaire, partage, like, hashtag, ...
- Le réseaux : amis, relations, groupes, pages, ...
- Invitations et messagerie

GÉRER SON PROFIL PERSONNEL OU PROFESSIONNEL

- Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux
- Social bookmarking et syndication RSS
- Mesure d'audience versus réputation
- « Insight » : engagement, portée, mentions, tendances, liens, ...
- Gérer la critique et/ou les réclamations
- Optimiser le passage à l'acte du prospect par le « call to action »

AFFICHER SA PRÉSENCE

- Planifier et créer le contenu approprié, suivre la campagne, évaluer les performances de la campagne ; multiplier les dispositifs de publication
- Le blog personnel ou collectif au centre de la construction du réseau social
- Les clés du référencement et de la visibilité numérique : optimiser les liens
- Rendre une publication « virale »
- Les bonnes pratiques en matière de création de contenus

STRATÉGIE ET SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- Gérer votre stratégie de présence sur les réseaux sociaux
- État des lieux de vos projets (intranet, système d'information, site web)
- Quels dispositifs de communication (interne ou externe) intégrer
- Savoir ce qu'est le management des réseaux sociaux et identifier ses fonctions les plus communes.
- Collaboration avec des influenceurs : avantages et inconvénients

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Définir une charte éditoriale et des principes de rédaction pour un site web ou les médias et réseaux sociaux.

Rédiger de nouveaux contenus et optimiser ses écrits existants en fonction des objectifs de communication digitale ; Améliorer son référencement

PROGRAMME : Rédaction digitale · Ecrire pour le web

OBJECTIFS

- Définitions et objectifs liés au Marketing Numérique : marketing de contenu, des réseaux sociaux, mobile, d'affiliation, d'e-mail, des moteurs de recherche (SEM), l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), le display advertising, l'analyse d'audience, ...
- Avantages et limites du marketing numérique
- Écrire pour communiquer : communication produit, BtoB, institutionnelle, de crise...
- Tenir compte des spécificités du média Web
- Écrire pour être lu : proposer un contenu à valeur ajoutée ; Écrire pour être vu : le référencement
- Obligations légales et réglementaires

ORGANISER L'INFORMATION ET LE CONTENU

- Connaître et comprendre le lecteur : la lecture en "F", la lecture zapping...
- Définir une stratégie éditoriale : objectifs, angles, arborescence...
- Fidéliser son lectorat
- Travailler l'ergonomie : homepage, niveaux de navigation, raccourcis, liens...
- Être lisible : clarté, efficacité, accessibilité, convivialité...

LES RÈGLES DE LA RÉDACTION WEB

- Informer : la règle des 5W, les différents types de plans...
- Adapter son style au web : syntaxe, vocabulaire, longueur des textes...
- Trouver l'information pour alimenter son site : RSS, agrégateurs et syndication...
- Se conformer à la législation du Web : droit et jurisprudence de l'écriture Web

ADAPTER ET ENRICHIR LE CONTENU TEXTE

- Le Rich Media : enrichir son texte avec des visuels, des vidéos, du son
- Utiliser des liens : liens internes, liens externes
- Scénariser son contenu : découpage et progression

LE COPYWRITING

- Rendre attractif les titres, sous-titres, intertitres
- Connaître et appliquer les règles typographiques liées au Web
- Vérifier la ponctuation

OPTIMISER SES CONTENUS

- Améliorer son référencement
- Utiliser un générateur de mots clés
- Optimiser sa visibilité côté technique : code et balises html

MAITRISER LA VIDEO : WEB ET RESEAUX SOCIAUX 2 jours

Parcours modulaire : à vous de sélectionner les modules que vous souhaitez suivre

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Découvrir les techniques de prise de vue avec un téléphone portable, mettre en ligne sa production multimédia.

Connaître la grammaire de l'image,

Apprendre à tourner avec son smartphone et s'initier au montage.

PROGRAMME : Maîtriser la vidéo pour le web et les réseaux sociaux

INTRODUCTION

- Vidéo marketing : définitions et utilisations

L'ÉCRITURE MULTIMEDIA

- Panorama des genres vidéo sur le web.
- Scénariser un article multimédia.
- Faire vivre texte, son et vidéo sur une page web.

DÉCODER LA GRAMMAIRE DE L'IMAGE

- Composition de l'image.
- Les différents types et valeurs de plan.
- Lumière et température de couleur.
- Les pièges à éviter.
- La notion de séquence.
- Le découpage.

ATELIER REPORTAGE

- Tournage en extérieur avec un mobile.
- La prise de son.
- Visionnage critique des rushes.

RÉUSSIR SON MONTAGE

- Découverte du logiciel.
- Dérushage, indexation et montage.
- Mixage des sons, ambiances et musiques.
- Les effets : transitions, volets, incrustations.
- La postproduction : génériques, titres, sous-titres...

MAÎTRISER LES ASPECTS JOURNALISTIQUES DU MONTAGE

- Bâtir un plan de montage.
- Plan de début et plan de fin.
- Les entrées en séquence.
- Choisir les sonores.

OPTIMISER SA MISE EN LIGNE

- L'intégration sur un site ou un blog.
- Diffuser sa vidéo sur les réseaux sociaux.
- Perspectives et limites.



CERTIFICATION PCIE

Parcours modulaire : ce module est obligatoire pour que le parcours soit éligible au CPF

OBJECTIFS & COMPETENCES PROFESSIONNELLES VISEES

Identifier et valoriser les compétences bureautiques des salariés et/ou demandeurs d'emploi en vue d'améliorer leur efficacité sur leur poste de travail

S'engager dans une démarche de certification de compétences, plusieurs validations possibles, PCIE modulaire sur 1 à 7 modules.

PROGRAMME : Certification PCIE

PRÉPARATION EXAMEN PCIE : TEST D'ENTRAÎNEMENT

- Les tests d'entraînement sont composés de 40 questions et réalisé en groupe en salle de formation.
- Les bonnes réponses sont systématiquement données pour chaque question ce qui vous permet de vous préparer en progressant.
- Ils sont illimités en durée : prenez votre temps pour comprendre les questions et surtout, comprendre les réponses ...

EXAMEN BLANC

- Examen blanc réalisé dans les mêmes conditions que l'examen final: chronométré et réalisé en salle d'examen surveillée.

PROTOCOLE DE PASSAGE DU PCIE

- 36 questions (sous forme de QCM)
- Durée limitée à 35 minutes
- Un module est validé si le score est supérieur ou égal à 75% de bonnes réponses
- Délivrance d'un certificat numérique
- Rapports individuels des compétences, envoyé par mail après chaque test
- Remise de diplôme chaque mois
- Possibilité de le repasser en cas d'échec sur la session suivante

