



L'Agence Tristanah est un organisme de formation enregistré sous le numéro 23 76 04403 76 auprès du Préfet de la région de Haute-Normandie

**Public concerné :** Cette formation s'adresse aux demandeurs d'emplois et à toutes personnes qui envisagent de se positionner sur un métier nouveau et d'avenir.

#### Pré-requis

Être utilisateur d'Internet et connaître les bases de l'environnement du web.

Niveau d'entrée : V ou IV  
Niveau de sortie : inchangé

#### Méthode de validation :

Appréciation au résultat

#### Sanction :

Attestation de formation

#### Objectifs de cette formation :

- Maîtriser les enjeux du Webmarketing.
- Saisir les opportunités offertes par les réseaux sociaux.
- Comprendre le web 2.0 et l'utiliser.
- Optimiser un site internet et le référencer dans les premières positions d'un moteur de recherche.
- Savoir animer un site internet vitrine ou une boutique e-commerce (community manager).
- Suivre et corriger une e-réputation.
- Maîtriser les campagnes e-mailing et les newsletters entreprises.
- Mettre en place des campagnes Google Adwords.
- Comprendre les statistiques de Google Analytics.

- Acquérir des connaissances à l'installation, la création et la gestion professionnelle d'une boutique E-commerce à l'aide d'un programme Open Source « Prestashop », et du CMS « Wordpress »

- Connaître les principales fonctionnalités et acquisition des bases du maniement du logiciel Photoshop.

#### Quels sont les bénéfices d'une telle formation ?

- Vous obtenez des compétences nouvelles et d'avenir.
- Vous progressez rapidement dans une nouvelle carrière professionnelle.
- Vous maîtrisez la communication d'une entreprise par le web.
- Vous êtes en mesure d'assurer le développement économique d'une entreprise.

#### Quels sont vos avantages à suivre ce cycle de formation ?

- Vous obtenez une qualification sérieuse pour un métier d'avenir.
- Vous validez vos connaissances grâce à nos ateliers pratiques.
- Vous êtes encadré par des experts.

#### Moyens pédagogiques :

Nous fournissons à l'ensemble des participants les supports de présentation ainsi que l'ensemble des documents créés pour les études de cas.

Toutes nos formations nécessitent que le stagiaire apporte son propre ordinateur portable pour les 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> semaines.

## PROGRAMME de la FORMATION « Devenir webmaster »

### Semaine 1 « le webmarketing »

✚ **Présentation des formateurs** (cv, compétences, expériences)

✚ **Conférence :** « le e-commerce - la crise ? Quelle crise ?

✚ **Les chiffres du e-commerce et d'internet en France**

✚ **Le responsable webmarketing**

Rôle, qualités et compétences requises  
Les missions du webmarketer  
Les différents métiers liés à la fonction  
Les outils indispensables  
Le web 2.0  
Les flux rss  
La vidéo entreprise  
Le buzz marketing

✚ **Gestion de projet web**

Le cahier des charges  
Le nom de domaine  
L'hébergement  
Les CMS (*Content Management System*)  
Le SEO (*référencement*)  
Le plan Webmarketing

✚ **Les réseaux sociaux et l'animation**

Facebook - Twitter - LinkedIn - Viadeo - Google+  
Fonctionnement et intérêts professionnels de ces 5 réseaux  
Règles d'or du parfait rezo-teur.  
Augmenter un chiffre d'affaires à l'aide des réseaux sociaux  
Objectif 100 000 Fans (les méthodes des pros).  
Créer une campagne de publicité Facebook.  
Valoriser une communauté Facebook.  
Le community manager.

✚ **La e-réputation**

Impact de la e-réputation sur la vie privée et sur l'image de l'entreprise.  
Ce qu'il ne faut pas faire.  
Les outils pour contrôler sa e-réputation sur internet.  
Comment corriger sa e-réputation.

✚ **Le e-mailing et la newsletter entreprise**

Vocabulaire technique  
Cycle de vie d'un email  
Avantage et vérité du e-mailing  
Objectifs visés  
Opt-in / opt-out  
Statistiques du e-mailing  
Comment fidéliser vos prospects et clients par email ?  
Comment booster le taux d'ouvertures de vos e-mails ?  
Les tests d'optimisation de campagne email  
La gestion des N.P.A.I  
L'adresse IP dédiée de routage, est-elle souhaitable ?  
Les coûts de diffusion ou routage des emails  
Quel logiciel e-mailing utiliser ?  
Comment se créer une base de données d'adresses email ?  
Les logiciels extracteur d'adresses email  
Ce que dit la loi  
Le concept de newsletter, ses usages et ses évolutions  
Les newsletters marchandes - Les newsletters éditoriales - Les newsletters B to B  
Les coûts de création graphique et de réalisation des messages  
Création d'une maquette de newsletters

## Durée de la formation : 105 heures

Sur trois semaines complètes, du lundi au vendredi  
Horaire de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30

## Coût pédagogique :

**Inter-entreprise (groupe) :**  
2100 € HT par stagiaire  
Taux horaire : 20 € HT

## Intervenants :

### Stéphan Watbled

Diplômé en communication.  
Consultant E-business marketing.  
Expert en communication digitale et référencement web (SEO) depuis 1999.

**Auteur de « la e-communication : comprendre la communication digitale et réussir sur internet »**



LES ÉDITIONS  
DU NET

### François Moleslas

Master 2 en Management et Conseil.  
**Domaines d'expertises :** Webmaster - spécialiste en gestion des CMS.

### Cécile Guedy

Formatrice référente en PAO  
Bachelor en arts appliqués option communication visuelle.  
MASTER en stratégie de marque.  
Sup de Pub paris.  
**Domaines d'expertises :** Photoshop - indesign - communication visuelle, graphisme et stratégie de marque.

## Rédacteur web

Les bonnes pratiques.  
Ce qu'il faut faire et ne pas faire.  
Optimiser les textes pour le référencement (SEO).  
Etude du comportement des internautes face à un article web par rapport à un article « papier ».  
Astuces à utiliser pour accompagner le lecteur.

## Le référencement web (SEO)

Intérêt d'un bon référencement  
Les sources possibles de trafic  
Quelques statistiques intéressantes  
Le triangle d'or et l'importance d'une bonne optimisation  
Le comportement des internautes sur votre site  
Le comportement des internautes sur Google  
Comment fonctionne Google (bien le comprendre pour mieux se référencer)  
L'importance des mots (nom de domaine, url, titre de page, texte ...)  
Notoriété d'un site (PR)  
Le choix des mots clés  
Etudes de cas  
Les pièges du référencement  
Les astuces de professionnelles à connaître  
Les réseaux sociaux et le référencement

## Les outils du web 2.0 pour augmenter le CA et développer son activité L'affiliation – la marque blanche – le drop shipping ...

## Conseils pour optimiser un site internet et augmenter rapidement les ventes et/ou prospects.

## Google Analytics (présentation et fonctionnement)

## Google Adwords (présentation et fonctionnement)

## Réalisation d'un plan webmarketing

## Questions / Réponses et évaluation du stagiaire

## Semaine 2 « le graphiste »

## Photoshop Niveau 1

- Création de document : CMJN/RVB, pixels, formats web
- Découverte des outils
- Calques
- Gestion de couleurs, modifications de colorimétrie
- Retouche légère : nettoyage de photos, enlèvement d'éléments gênants dans une image, gestion de la lumière et des couleurs, ...
- Modes de sélection
- Détourages
- Transformations
- Filtres
- Fluidités
- Outil texte
- Création de bannières animées
- Gestion du texte

## Photoshop Niveau 2

- Gestion des masques
- Calques de réglages
- Options de fusion
- Tracés
- Formes vectorielles
- Retouche poussée
- Communication visuelle
- Gestion des scripts

## Apprentissage des codes de communication :

### Objectifs :

Vendre et argumenter son travail  
Aider une marque à se positionner  
Construire une identité claire et cohérente  
Véhiculer le bon message  
Donner le meilleur ton et la meilleure impression visuelle  
Donner un côté pro et expert à son travail technique

## ✚ Stratégie de Marque

Savoir définir le message à faire passer  
Définir une cible (un cœur de cible, puis une cible secondaire)  
Définir un message primaire, puis un message secondaire  
Définir un ton (chic, fun, proche, sérieux, ...) Définir une identité

## ✚ Couleurs

Le cercle chromatique  
La signification des couleurs  
La gestion des couleurs  
L'association de couleurs  
Les interdits !  
Les couleurs préférées des occidentaux  
Les couleurs les plus utilisées  
La bonne couleur pour véhiculer le bon message

## ✚ Typographie

Les différentes catégories de typographie (Bâton, script, manuscrite, calligraphie, à empattements, sans sérif, plein & déliés, ...)  
Les différents style de typographie (Majuscule, minuscule, gras, italique, ...)  
Les codes typographiques  
La signification de chaque typographie  
Choisir la bonne typographie en fonction de l'image à donner

## ✚ Picto grammes

Qu'est ce qu'un pictogramme ?  
Pourquoi un pictogramme ?  
Quelle forme lui donner ?  
Comment le créer ?  
Comment l'intégrer ?

## ✚ Comment créer un bon logo

Choisir la bonne gamme de couleurs  
Choisir la bonne typographie  
Mettre en place un élément visuel équilibré, en adéquation avec l'image de marque  
Les 7 règles d'or pour créer un bon logo

## ✚ Communication visuelle sur internet

Comment définir une bonne architecture de site en fonction du message à véhiculer  
La gestion des couleurs sur le web  
Le fonctionnement de l'œil, optique des couleurs et de la lumière  
La gestion des formes et des proportions  
La mise en page générale pour la stratégie de marque  
Tour d'horizon des identités visuelles qui fonctionnent, et pourquoi.  
Analyse des bons et mauvais choix visuels des grandes marques.

## ✚ Questions / Réponses / Evaluation du stagiaire

# Semaine 3 « Gestion des CMS »

## ✚ Le langage HTML

## ✚ Le téléchargement FTP

## ✚ Création de bases de données

## ✚ Présentation du CMS « Wordpress » (site web vitrine)

Avantages et inconvénients.  
Les fonctions importantes du programme.  
**Présentation de l'interface d'administration**  
Présentation de la console administrateur et des onglets de gestion.

### Installation et Paramétrage de Wordpress :

- Télécharger Wordpress
- Installation et paramétrage de Wordpress sur un serveur web
- Découverte du Front Office et du Back Office
- Configuration du système

### Découverte de l'interface

- Le tableau de bord
- Les articles
- Les médias
- Les liens
- Les pages
- les commentaires
- L'apparence

#### **Administration**

- Mise à jour Wordpress
- Changer le thème du Blog
- Installer et gérer son thème
- Utilisation des Widgets
- Utilisation et gestion des extensions

#### **Mise en ligne**

- Effectuer une sauvegarde du site en local
- Mettre en ligne un blog
- Outils de vérification de la fonctionnalité du blog

#### **Apprendre à gérer son site**

(faire les mises à jour régulières).

### **Présentation du CMS Prestashop (boutique e-commerce)**

Avantages et inconvénients.

Les fonctions importantes du programme.

#### **Présentation de l'interface d'administration**

Présentation de la console administrateur et des onglets de gestion.

#### **Installation et Paramétrage de Prestashop :**

- Télécharger PRESTASHOP
- Installation et paramétrage de PRESTASHOP sur un serveur web
- Découverte du Front Office et du Back Office

#### **Premiers pas :**

- Gestion des langues
- Gestion des URLs pour le référencement naturel (SEO)
- Génération du fichier .htaccess

#### **Gestion du catalogue produit :**

- Ajout et édition de catégories de produits
- Création de pages produits
- Gestion du catalogue (fabricants, attributs, déclinaisons, prix dégressifs)
- Gestion des commandes (ventes, retours, avoirs), des factures
- Gestion des envois, des frais de port

#### **Gestion des employés :**

- Création d'un profil employé
- Gestion des permissions

#### **Gestion des clients :**

- Gestion des comptes clients
- Création et modification
- Groupes clients

#### **Gestion des modules :**

- Les modules natifs dans Prestashop
- Quelques modules gratuits supplémentaires
- Configuration d'un module
- Activation, ordre, position

#### **Gestion des modes de paiement :**

- Gestion des devises, des pays
- Activation et paramétrage du module Paypal
- Les règles de taxes

#### **Gestion de la relation clients :**

- Fidéliser les clients
- Bons de réduction

#### **Gestion du contenu hors catalogue :**

- La page contact
- Une page d'information
- Les conditions générales d'utilisation du site et de vente

#### **Gestion des thèmes graphiques :**

- Comparatif thèmes gratuits et thèmes payants
- Ressources de thèmes PrestaShop
- Création d'un compte PrestaShop
- Installation d'un nouveau thème
- Activation du thème
- Modification du logo

#### **Pour conclure :**

- Configuration de la recherche interne dans le site
- Optimisation de la recherche avec les alias
- Sauvegarde de la base de données
- Sauvegarde des fichiers
- Apprendre à gérer sa boutique (faire les mises à jour régulières).

### **Questions / Réponses et évaluation du stagiaire**