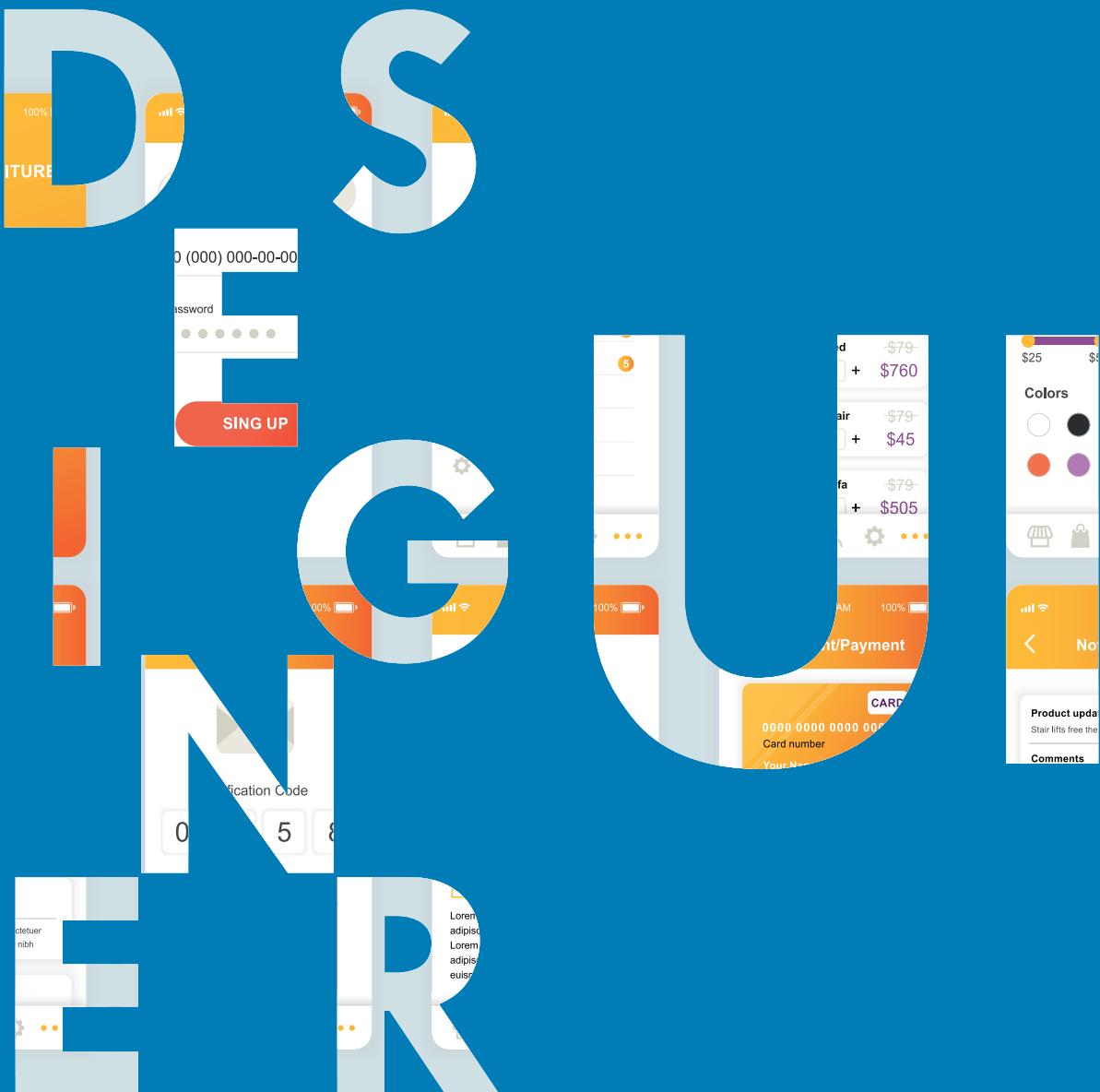


TITRE PROFESSIONNEL

CONCEPTEUR - DESIGNER UI



TITRE PROFESSIONNEL CONCEPTEUR DESIGNER UI CDUI

PUBLIC Graphiste, webdesigners, webmaster, développeur, community manager, chef de projet...

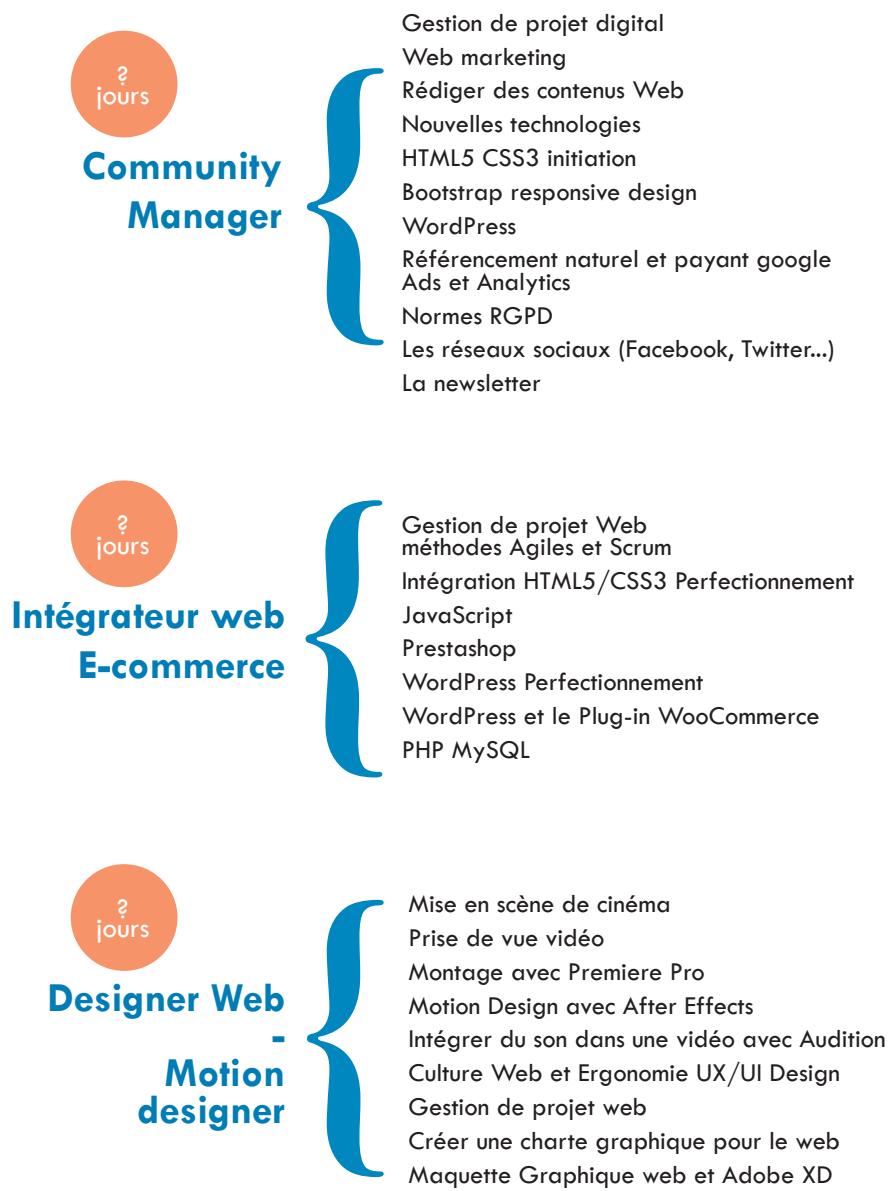
Formation certifiante

PRÉ-REQUIS Maîtriser l'informatique, l'infographie la conception visuelle

DURÉE 532 heures (76 jours) 3 modules (CCP) | Possibilité de les passer séparément

OBJECTIFS La formation Concepteur Designer UI vous apportera les méthodes de conception et de production d'un projet multimédia de A à Z, élaborer des produits de communication, gérer un projet Web, gérer le référencement Web, utiliser des solutions E-commerce, concevoir et monter une vidéo, gérer la relation client...

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

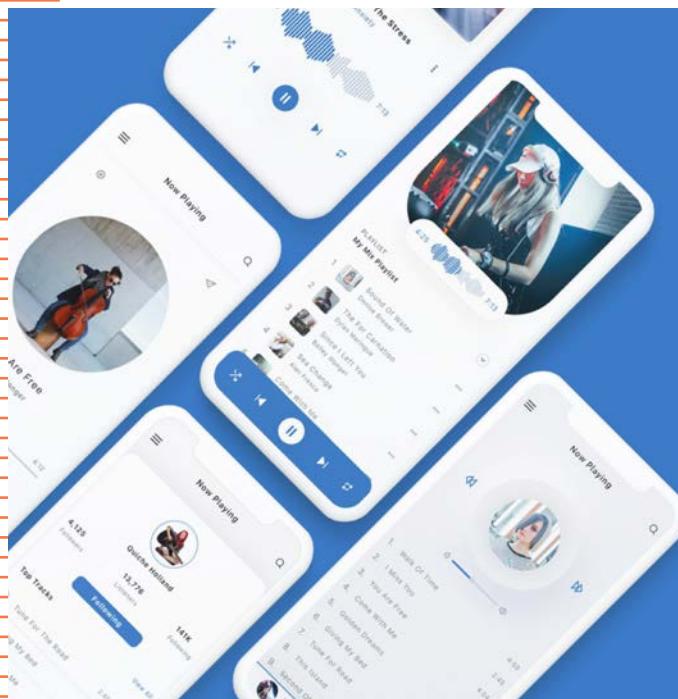
CONCEPTEUR DESIGNER UI

3 CCP (CERTIFICAT DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES)

- { CCP - CONTRIBUER À LA GESTION ET AU SUIVI D'UN PROJET DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE
- CCP - RÉALISER, AMÉLIORER ET ANIMER DES SITES WEB
- CCP - CONCEVOIR LES ÉLÉMENS GRAPHIQUES D'UNE INTERFACE ET DE SUPPORTS DE COMMUNICATION

À l'issue de la formation le stagiaire saura :

- Dialoguer avec les différents prestataires et intervenants
- élaborer des produits de communication multimédia
- Gérer un projet web et de créer ou suivre un cahier des charges
- Construire une architecture interactive multiplateforme
- Respecter une charte graphique et créer un webdesign de qualité
- Effectuer le référencement du site afin d'optimiser sa diffusion et sa commercialisation
- Réaliser un site web complexe
- Crée des animations en HTML5, CSS3, JavaScript
- Utiliser des solutions e-commerce de type Prestashop - WordPress
- Comprendre la mise en place d'un site dynamique PHP
- Monter une vidéo faire des effets spéciaux et de l'intégrer dans un site web
- Concevoir une campagne de communication sur les réseaux sociaux



Code CPF 239 042 - N° RNCP 1267

Le titre professionnel est composé de 3 certificats de compétences professionnelles (CCP).

Il est accessible par **capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP)** ou à la suite d'un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues par l'arrêté du 9 mars 2006 relatif aux conditions de délivrance du titre professionnel du ministère chargé de l'emploi.

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CCP

COMMUNITY MANAGER

CONTRIBUER À LA GESTION ET AU SUIVI D'UN PROJET DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

OBJECTIF

- Acquérir les connaissances nécessaires à la mise en place et au suivi d'un projet de communication digital en utilisant les différents supports, réseaux sociaux, site web... Rédiger et mettre en ligne des contenus sur le web. Commercialiser une communication multisupport.

PROGRAMME

23 jours

161 heures
de formation

- Gestion de projet digital - 2 jours
- Les bases du Web marketing - 1 jour
- Rédiger des contenus Web - 1 jour
- Les nouvelles technologies - 1 jour
- HTML5 CSS3 initiation et Bootstrap - 5 jours
- WordPress Administration - 5 jours
- Référencement naturel et payant Google Ads et Analytics - 3 jours
- Le RGPD - 1 jour
- Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) - 3 jours
- La newsletter - 1 jour

CONTENU DU DISPOSITIF ET MODALITÉS D'ENCADREMENT ET D'ASSISTANCE PÉDAGOGIQUE :

Notre certification intègre un dispositif pédagogique d'E-learning qui s'appuie sur :

- La mise à disposition sur support analogique et/ou numérique des ressources nécessaires à la formation sur une plateforme de Blended Learning (alliant cours à distance, tutoriels, exercices et QCM en ligne avec Scoring)
- La vérification, la sécurité et la visibilité du temps passé par le bénéficiaire (compteur de temps de connexion), le scoring (résultats des QCM) et la possibilité d'édition des statistiques.
- Une expérience supplémentaire en adéquation avec la formation en présentiel.
- Le relationnel via la plateforme avec le formateur pour répondre à toutes questions concernant les cours et révisions en ligne.
- Un accès de 2 mois sur notre plateforme de Blended Learning pour continuer à effectuer la totalité des cours et exercices en ligne.

Le stagiaire dispose,
en plus
de la formation
en présentiel
d'un accès à notre
**plateforme de
E-learning**
pendant toute la durée
de la formation.

GESTION DE PROJET WEB

PUBLIC Gestionnaires de site, références, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketers...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Ce programme de formation vous apportera la culture générale Web nécessaire pour élaborer votre projet, en diriger sa conception et son évolution, en sachant communiquer avec les différents intervenants

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

La concrétisation de votre projet Web passe nécessairement par son écriture à destination de différents publics : commerciaux techniques, responsables artistiques, responsables techniques... et sur différents types de documents : appels d'offres, mails de brief techniques et artistiques,

...

Le champ lexical peut être radicalement différent selon le type de communication et les destinataires.

DÉFINIR LES DIRECTIONS DE SON PROJET WEB

- Définir la finalité et le cœur de cible
- Évaluer les points clés du succès
- Benchmarker son marché et faire ressortir les nouveaux besoins, besoins mal satisfaits
- Analyses de sites existants

RÉDIGER LE CAHIER DES CHARGES

POUR « VERROUILLER » LE PROJET

- Plan : les points indispensables
- Définir les aspects ergonomiques et visuels
- Etudier les choix techniques et décrire ses contraintes
- Prendre en compte l'environnement juridique
- Planifier les étapes et délimiter les budgets

APPELS D'OFFRES :

LANCER, SÉLECTIONNER ET VALIDER LES PRESTATAIRES

- Proposition commerciale, proposition concrète - apprendre à déchiffrer les offres commerciales
- Etude des coûts et de la cohérence globale dans les réponses formulées
- Construire son appel d'offre
- Etablir un budget prévisionnel, le cahier des charges et le planning de réalisation

PILOTER LE PROJET EN ENCADRANT UNE ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

- Définir efficacement qui fait quoi selon les compétences respectives des équipes
- Apprendre à travailler avec les prestataires externes
- Formuler un brief fonctionnel
- Cadrer un sujet et formuler un besoin de manière limpide face à un profil technique
- Le mode itératif : avantages et difficultés

IDENTIFIER LES BONS INDICATEURS DE SUIVI

- Indicateurs pertinents, actions correctives
- Le coût réel du retard
- Mesurer le ROI

GÉNÉRER L'AUDIENCE DE SON SITE

- Trouver les leviers d'audience ciblée
- Informer et vendre en ligne
- Étudier les pratiques de référencement naturel et sponsorisé
- Mesurer les retours et observer les statistiques
- Créer les tableaux de bord et les systèmes de reporting

OPTIMISER L'ACTIVITÉ ON-LINE

- Taux de rebond et comportement de navigation
- Web-merchandising
- Partenariats corporate
- Veille concurrentielle

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

ACQUÉRIR LES BASES DU WEB-MARKETING

PUBLIC Gestionnaires de site, référenciers, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketers...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Acquérir une expertise sur les nouveaux usages du web en marketing et communication. Des exemples concrets et actualisés en permanence. Une pédagogie active et personnalisée

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

POURQUOI INTÉGRER INTERNET À SON ENTREPRISE ?

- L'évolution des internautes
- L'essor du e-commerce
- Le processus d'achat de l'e-consommateur
- Du consommateur au consom'acteur
- Les nouvelles tendances : le m-commerce
- Les nouvelles tendances : le social commerce

COMPRENDRE LE WEBMARKETING

- Définition
- Réflexion stratégique
- Les outils du Web Marketing
- Le site Internet
- Les tendances Web Design

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Comment fonctionne le référencement sur Google ?
- Référencement multicanal
- Les fondamentaux du référencement
- La longue traîne
- Les principaux critères de référencement
- Assurer sa présence locale
- Les outils du référencement

STRATÉGIE DE LIENS SPONSORISÉS

- Concept de liens sponsorisés
- Pourquoi utiliser Google Ads ?
- Créer sa campagne
- Créer sa Première annonce textuelle

STRATÉGIE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Quelques chiffres
- Les typologies d'internautes
- Panorama des médias sociaux
- Pourquoi les utiliser ?
- Mise en place d'une stratégie efficace

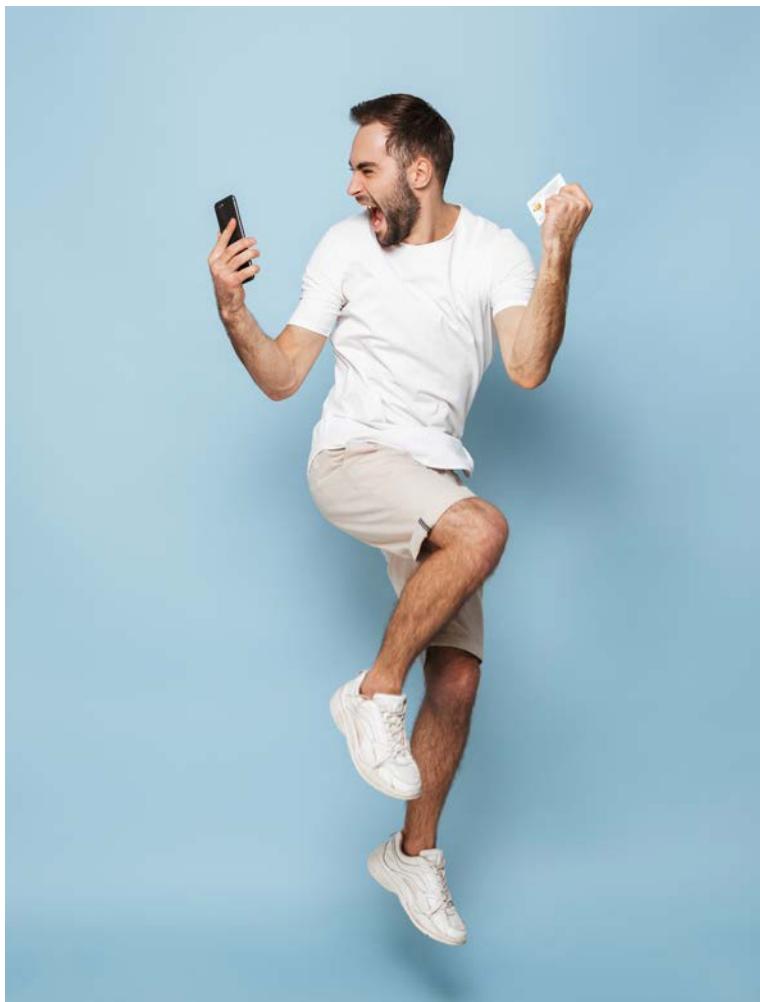
STRATÉGIE E-COMMERCE

- Animation commerciale du site Internet
- La relation client
- La logistique
- Fidéliser vos clients

MESURER L'EFFICACITÉ DE SON SITE

- Quelle audience pour mon site Internet ?
- Mise en place de Google Analytics Inscription
- Mise en place du code
- Notions de base
- Les rapports standards : Temps Réel
- Les rapports standards : Audience
- Les rapports standards : Sources de trafic
- Les rapports standards : Contenu

VEILLE ET E-RÉPUTATION



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉDIGER DES CONTENUS WEB

PUBLIC Gestionnaires de site, référenciers, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketers...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Développer son contenu pour une stratégie d'entreprise. Les différentes motivations pouvant amener à concevoir des contenus sur le web : communiquer directement avec une cible, développer un média professionnel

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification



CONTRAINTE TECHNOLOGIQUES DU WEB

- Différences Papier / écran
- Sens de lecture à l'écran
- Principes de navigation et lecture non linéaire
- Analyse sur vidéo de trajet de lecture à l'écran
- Enrichissement multimédia

ÉCRIRE POUR ÊTRE LU

- Pourquoi bien rédiger ?
- Écrire pour quel lecteur ?
- Bases de l'écriture journalistique
- Le message essentiel et les 5 W
- La pyramide inversée
- Stratégie éditoriale
- Travailler son texte
- Stratégie de relecture
- Les mots-clés
- La structure
- La gestion des paragraphes
- Les liens Hypertexte
- Les erreurs à éviter
- Quelques astuces

FACILITER LA LECTURE

- Typographie : Habiller votre texte
- Gras, Italique, souligné et effets en tout genre
- La couleur
- Pagination
- Les listes
- Intégration des images
- Le fil d'ariane ou breadcrumbs
- Conventions typographiques

OPTIMISER VOS CONTENUS

- La page d'accueil
- Newsletter
- Le blog
- Site vitrine ou site e-commerce
- FAQ
- Les messages d'erreur et contenus d'aide
- La signature d'e-mail
- Les réseaux sociaux
- SlideShare
- QR Code

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

PUBLIC Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS S'approprier les outils collaboratifs pour travailler et échanger

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

S'APPROPRIER LES OUTILS COLLABORATIFS POUR TRAVAILLER ET ÉCHANGER

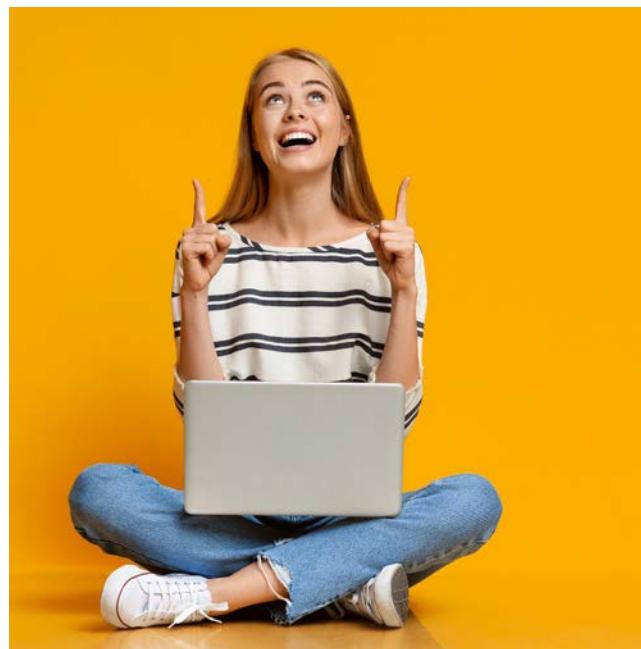
- Communiquer en entreprise
 - * les bonnes pratiques de l'échange par courriel
 - * la messagerie instantanée et asynchrone
 - * mise en place du Slack de la formation
- Partager des fichiers
 - * le FTP
 - * les outils de partage de fichiers
 - * les espaces de stockages partagés en ligne (cloud)
 - * mise en place du Google Drive de la formation
- Collaborer
 - * outils de planification de projet collaboratifs
 - * outils de design collaboratifs
 - * contrôle de version
 - * prise en main de Git et mise en place du GitHub de la formation

SAVOIR RECHERCHER DE L'INFORMATION AUPRÈS DE SOURCES PERTINENTES

- Trouver des ressources en ligne
 - * les sites de référence technique francophones et anglophones
 - * trouver rapidement la réponse à un problème, à une question particulière
 - * obtenir de l'aide d'autres utilisateurs sur un problème ou un projet
- Atelier organisation de veille technologique et créative
 - * extension navigateur utiles
 - * rejoindre et s'impliquer dans les communautés de développeurs et de designers
 - * les agrégateurs et la syndication de contenus

CONNAÎTRE LES TYPES DE FONCTIONNALITÉS DE SITES OU D'APPLICATIONS

- Les langages du web
 - * développer pour le front-end
 - * développer pour le back-end
- Générer des pages
 - * les systèmes de gestion de contenu (CMS)
 - * les générateurs de sites statiques
- Les frameworks et bibliothèques
 - * principe du framework
 - * frameworks CSS et JS les plus utilisés pour la création de web apps
 - * les frameworks spécifiques (animation, graphiques, data, etc.)
- Les possibilités du web d'aujourd'hui
 - * interaction en temps réel
 - * navigation hors ligne
 - * animation
 - * 3D
 - * réalité virtuelle
 - * réalité augmentée
- Les objets connectés
 - * ces objets qui se connectent au web
 - * les assistants vocaux
- Les technologies émergentes
 - * intelligence artificielle
 - * deep learning
 - * etc



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 ET CSS3

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Cette formation vous permettra d'apprendre à créer des pages et des applications web en HTML5 et CSS3

Découvrir la puissance du HTML5 notamment en termes d'applications multimédia (smartphones et tablettes)

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

INTRODUCTION À HTML5 ET CSS3

- Contexte : fonctionnement d'un site internet
- Les normes du W3C
- Les changements avec HTML5
- Roadmap HTML5
- Quand choisir le HTML5
- Utiliser le HTML5 avec des navigateurs qui ne le supportent pas

BALISES HTML5

- Disparition des notions «en ligne» et «bloc»
- Doctype, NameSpace, Encoding
- Les nouveaux éléments : section, article, aside, nav, ... pour en-têtes, pied de pages, etc.
- Les indispensables balises telles que menu, command, details, summary
- La compatibilité entre les navigateurs
- Optimisation des balises pour les moteurs de recherche

LES FORMULAIRES HTML5

- Balise form
- Créer et utiliser des formulaires HTML5
- E-mail, url, date ...
- Les validations de formulaire en HTML5

L'AUDIO ET LA VIDÉO EN HTML5

- Les conteneurs
- Contrôler la vidéo, l'audio
- Support et formats (WebM, MP4, H.264, Ogg Theora, MP3, AAC, Vorbis)
- Gérer plusieurs sources vidéos et audios
- Sous-titres et vidéo HTML5

DESSINER AVEC HTML5

- Dessiner en JavaScript
- Contexte
- Accessibilité

LA GÉO-LOCALISATION AVEC HTML5

- Vue d'ensemble
- La vie privée de l'utilisateur
- Géolocaliser ses utilisateurs sur Google Maps

CSS3

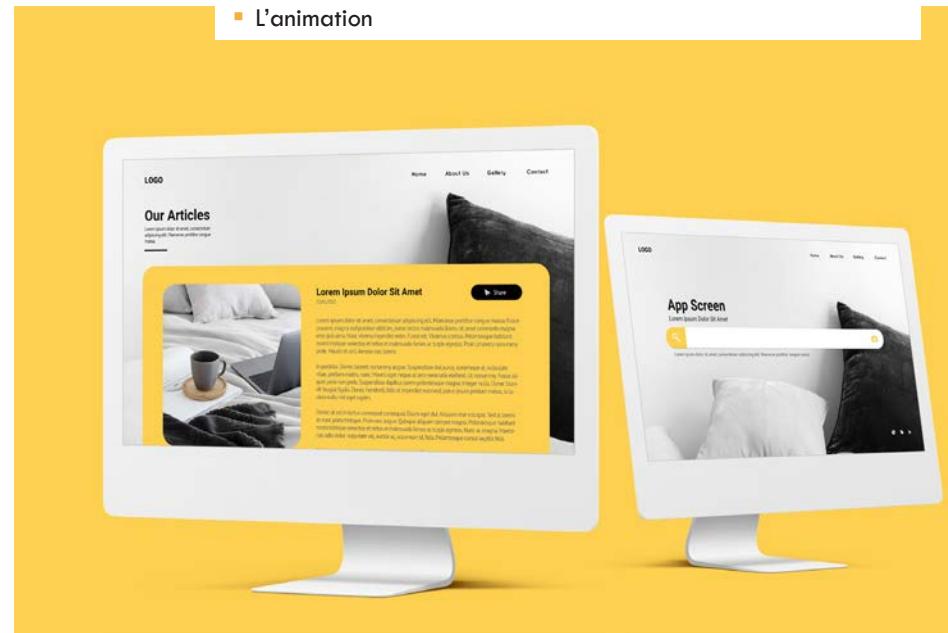
- Ce que ça change
- Coins arrondis
- Ombres portées
- Transparence
- Mise en page et positionnement
- Autres propriétés
- Gestion des éléments de formulaire via CSS : enabled, disabled, valid, required, optionnal
- Intégrer ses propres polices
- Mise en page multi-colonnes
- Media Queries CSS3 pour créer des sites Web plus réactifs
- Responsive design – Feuille de style CSS multi-écran pour ordinateur, mobile et tablette

LA MISE EN PAGE ET LE POSITIONNEMENT

- Niveau de présentation
- Mise en page par patron ou multi-colonne
- Mise en page par boîtes horizontales ou verticales
- Positionnement par la grille

CSS3 : LES ANIMATIONS

- Transformations (2D et 3D)
- Transitions
- L'animation



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CMS WORDPRESS ADMINISTRATEUR

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Comprendre l'utilisation du CMS WordPress, paramétrier et personnaliser votre thème (css), installer des plug-ins et fonctionnalités supplémentaires

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

MODULE 1 : PRÉSENTATION

- Présentation de WordPress et de sa communauté
- Où trouver de l'aide en ligne ?
- Comment choisir son hébergement et son nom de domaine
- Quels logiciels utiliser pour une installation en local

MODULE 2 : DÉBUTER AVEC WORDPRESS

- Installer WordPress sur un serveur local (MAMP ou XAMPP) :
 - * où récupérer les fichiers de WordPress
 - * créer une base de données
 - * lancer l'installation de WordPress
- Paramétrier WordPress :
 - * les réglages essentiels pour un site efficace
 - * l'importance des permaliens
 - * les niveaux utilisateurs
- Découverte de la partie Administration :
 - * découverte de chaque onglet et de leurs fonctionnalités

MODULE 3 : CRÉER L'ARCHITECTURE DU SITE

- Créer les contenus du site :
 - * les pages : page parent / page enfant
 - * les articles : la particularité de ce type de poste
 - * les taxonomies : Catégorie vs Etiquette
 - * l'éditeur natif de WordPress (Gutenberg)
- Créer le menu principal et l'architecture du site :
 - * comment optimiser le menu pour la navigation
 - * quels éléments à inclure
 - * comment le créer facilement avec WordPress
 - * comment ajouter des options spécifiques (attribut rel target css)

MODULE 4 : LE DESIGN

- Choisir son thème WordPress :
 - * thème gratuit vs thème payant
 - * découvrir les thèmes optimisés et actuels (Ocean WP ou Neve)
- Découverte du page builder Elementor :
 - * prise en main
 - * création d'une mise en page à partir de zéro
 - * importation d'une mise en page
 - * sauvegarde d'une mise en page pour une utilisation ultérieure

MODULE 5 : LES IMAGES POUR LE WEB

- L'importance d'optimiser les images :
 - * comprendre la notion de ratio
 - * réduire le poids des images
 - * importation et utilisation
 - * la bibliothèque de médias

MODULE 6 : BONNES PRATIQUES SEO

- Installation et paramétrage de Yoast SEO
 - * installation et paramétrage du plug-in
 - * découverte de son utilisation au sein d'une page
 - * l'importance de la rédaction web (mot-clé, prépondérance, balises métas...)

MODULE 6 : ALLER PLUS LOIN AVEC WORDPRESS

- Ajouter des fonctionnalités grâce à des extensions :
 - * où trouver des extensions
 - * comment les choisir
 - * installation d'un formulaire de contact
- Respecter les lois :
 - * les cookies
 - * la politique de confidentialité
 - * les mentions légales
- Ça peut sauver :
 - * comment modifier simplement l'apparence d'un élément du site avec du CSS
 - * comment dépanner WordPress lorsqu'une mise à jour s'est mal passée

MODULE 7 : SÉCURITÉ, SAUVEGARDE ET MIGRATION

- Sauvegarder son site :
 - * l'importance de la sauvegarde
 - * comment sauvegarder son site en 1 clic
- Amélioration de la sécurité :
 - * les bonnes pratiques pour sécuriser son site
 - * les règles de sécurité à mettre en place
 - * les extensions à utiliser
- Migrer son site :
 - * déplacer son site

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉFÉRENCEMENT NATUREL ET PAYANT GOOGLE ADS ET ANALYTICS

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Comprendre et améliorer votre visibilité sur Internet et principalement sur google. Utiliser le référencement naturel comme levier d'acquisition de visiteurs, leads ou clients. Comprendre et intégrer les algorithmes des moteurs de recherche, leurs fonctionnements et les adaptations nécessaires du site à ces algorithmes. Mettre en place une stratégie de liens efficace. Maîtriser les principaux outils de SEO SEA et SEM. Optimiser votre budget et vos mots clés, comprendre et améliorer l'utilisation de googledwords

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL [S.E.O.]

- Bien connaître les moteurs pour bien construire son contenu
 - * l'indexation, les bots, les algorithmes, les moteurs et les métadonnées
 - * l'approche marketing du référencement
- L'optimisation technique
 - * structures techniques des sites efficaces
 - * la vitesse de site
 - * la « responsivité »
 - * les outils de mesures de performance technique d'un site
 - * les pièges à éviter
- L'optimisation rédactionnelle
 - * maîtriser l'écriture d'un site web afin de bien le référencer
 - * les mots clés et la longue traîne
 - * contenu sémantique et méthode de rédaction des pages
 - * les modèles rédactionnels qui fonctionnent bien
- La popularité, le « Page Rank »
 - * qu'est-ce que le netlinking ?
 - * le maillage interne
 - * le cocon sémantique
 - * Comment obtenir des liens externes (annuaires, etc.) ?

LE RÉFÉRENCEMENT PAYANT [S.E.A.], GOOGLE ADS

- Les règles indispensables pour réussir une campagne AdWords
- La structure d'une campagne AdWords :
 - * compte, campagne, groupe d'annonces, annonce
 - * le tableau de bord
- Les différents types de publicités :
 - * search, display, shopping, etc
- Les paramètres de campagne
 - * budget, options de diffusion, réseau de diffusion, mode et cible
 - * campagne simplifiée, campagne standard et optimisation de campagne
- Fonctionnement du marché
 - * la notion d'enchère, de placement et de qualité
 - * générateur de mots clés basé sur les recherches
 - * la liaison avec Google Analytics
 - * les rapports personnalisés

GOOGLE ANALYTICS

- Les outils Google (Adwords, Adsense, Google Analytics)
- Le Tableau de bord de Google Analytics
- Le comportement des visiteurs
 - * analyse géographique, pages vues, temps passé, taux de rebond
- Fidélité des visiteurs
 - * dernière visite, durée, nombre de pages vues
 - * équipement technique des visiteurs
 - * navigateurs, OS, débit
- Sources du trafic
 - * moteurs de recherche, visiteurs directs, sites référents
- Analyse du contenu
 - * pages les plus consultées, pages d'entrée et de sorties
 - * les rapports personnalisés



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LA NORME RGPD

PUBLIC Webdesigners, concepteurs, développeurs, gestionnaires de site

PRÉ-REQUIS Aucun

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Comprendre le RGPD et ses grandes articulations juridiques

Prévenir les risques liés à l'exploitation de données personnelles

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

PRINCIPES GÉNÉRAUX

- Contexte
- Applicabilité
- Vocabulaire

LES PILIERS FONDATEURS

- La transparence
- Responsabilité des acteurs
- Droits conférés
- Sécurité

LES PRINCIPES DE PROTECTION DES DONNÉES

- Les 8 règles d'or

LA SÉCURITÉ ADÉQUATE

- Les mesures de sécurité organisationnelles
- Les mesures de sécurité structurelles
- Les mesures de sécurité physiques

MISE EN APPLICATION

- Réalisation d'une cartographie des traitements
- Rédaction d'une fiche de traitement
- Liste des livrables
- Rédaction des mentions d'information d'un site internet



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LES RÉSEAUX SOCIAUX (FACEBOOK, TWITTER...)

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique et d'internet

DURÉE 14 heures (3 jours)

OBJECTIFS Savoir créer et administrer une page facebook et un compte twitter. Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans la politique de communication et de référencement. Seront également abordés Viadeo, link'in et les blogs

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

1

Journée globale Réseaux Sociaux

MARKETING ET RÉSEAUX SOCIAUX

- Notions de marketing
- Notions de web marketing
- Notions d'inbound marketing
- Notions de marketing relationnel
- Génération « réseaux sociaux »
- Le consommateur-média
- Les programmes « ambassadeurs » de type « UGC »
- Les nouvelles tendances des réseaux sociaux
- Les métiers des réseaux sociaux :
Social Media Manager et Community Manager

TRAVAILLER SA MARQUE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Panorama et caractéristiques des réseaux sociaux en France
- Les spécificités des réseaux sociaux
- Définir des objectifs sur les réseaux sociaux
- Concevoir la bonne stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux
- Comment trouver des sujets sur la durée ?
- Le plan de contenu
- La ligne éditoriale : contenu et tonalité
- Le calendrier éditorial
- Écrire pour créer de l'engagement les réseaux sociaux : de Aïda au CTA
- La publicité sponsorisée sur les RS

LE « SOCIAL SELLING »

(VENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX)

- Comment les réseaux sociaux développent les chiffres d'affaires ?
- Comment trouver vos prospects et vendre sur les réseaux sociaux ?
- Les difficultés rencontrées
- Les clés pour réussir

2

Journée Facebook Niveau I et II

FACEBOOK : COMPRENDRE FACEBOOK

- L'univers Facebook : le profil, mal page, le groupe, l'événement, le like, etc
- Facebook et son audience : tranches d'âges et attentes
- Pourquoi choisir Facebook ?
- Les objectifs pour une activité, une entreprise, une marque
- Comment promouvoir sa page de fans ?
- Des leviers intéressants : les apps, les jeux concours, etc
- Secrets et astuces incontournables sur Facebook
- La publicité sur Facebook

MESURER ET OPTIMISER

- Les algorithmes de contenu des réseaux sociaux : comment en tirer parti ?
- Focus sur l'algorithme Facebook : le Edge Rank
- Les indicateurs de mesures (KPI) : engagements, ROA, ROE, etc
- Observer les concurrents
- Exercice « Cas pratique » pour votre marque ou activité
- Quels réseaux sociaux pour ma marque (où sont les prospects et clients, où sont mes concurrents ?)
- Trouver les bons sujets
- Établir la ligne éditoriale
- Établir le calendrier éditorial
- L'utilisation d'outils en ligne pour élaborer le bon post (textes et images)
- Définir une stratégie opérationnelle sur Facebook
- Rédiger un contenu « post » sur Facebook
- Rédiger un contenu « post » sur un autre réseau social que Facebook



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉALISER UNE NEWSLETTER

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Réaliser et envoyer une newsletter sous forme d'e-mailing avec texte, images et liens

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et certification

RÈGLES DE L'E-MAILING

- Les différents types d'e-mailing
- Importer ses mails dans mailchimp
- Le poids des fichiers
- La taille de la newsletter

CRÉATION DE LA NEWSLETTER

- Fonctionnement du Dashboard
- Trouver un modèle
- Personnaliser le modèle
- Choisir le type de campagne
- Les couleurs
- Insertion d'images
- Insertion de liens
- Customiser les champs importants
- Insérer le lien de désinscription
- Création de la version texte

CRÉATION DES IMAGES

- Utilisation de Photoshop ou Gimp
- Format des images
- Création de compositions graphiques
- Enregistrement et découpe des images

ENVOI DE L'E-MAILING

- La phase de test
- Le paramétrage
- Les envois personnalisés (nom, prénom ...)
- Utiliser google analytics
- Intégrer les liens facebook et twitter

ANALYSES

- Analyser les résultats de la campagne
- Qui a ouvert la newsletter ...



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur