

CERTIFICATION : CREATION SITE WEB

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	MODALITES D'EVALUATION	REFERENTIEL D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>Marketing et communication web</p> <p>MODULE 1 : MARKETING ET COMMUNICATION WEB JOUR 1 : COMPRENDRE INTERNET ET SAVOIR ÉCRIRE POUR CE MÉDIA 1. Introduction : Un petit rappel historique et état des lieux d'Internet 2. Internet, un média particulier 3. Les spécificités techniques du web 4. Écrire pour accrocher le lecteur 5. Le content Marketing JOUR 2 : LE RÉFÉRENCIEMENT 6. Le référencement aujourd'hui 7. Définir et mettre en place sa stratégie de référencement 8. Le référencement naturel on page 9. Le référencement Off page 10. Le référencement local 11. Le référencement payant JOUR 3 : GOOGLE ANALYTICS 12. Présentation générale de Google Analytics 13. Installation 14. Comprendre les rapports JOURS 4 ET 5 : E-MAILING, NEWSLETTER ET RÉSEAUX SOCIAUX 15. Présentation de Fe-mailing 16. Comment définir sa campagne marketing d'e-mailing ? 17. Comment obtenir légalement des adresses e-mail 18. Créer un message percutant 19. L'envoi 20. Les résultats 21. Préparation d'un modèle de newsletter LES RÉSEAUX SOCIAUX 22. Présentation générale</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Écrire pour le web en appliquant les règles techniques de la mise en forme de l'information, de l'ergonomie, du texte, et des liens hypertextes •Mettre en place les principes et la méthodologie d'écriture web et de gestion pour développer une stratégie de référencement pour augmenter le trafic et la visibilité d'un site •Mener les actions pour améliorer le trafic et le référencement d'un site en exploitant l'outil Google Analytics et ses rapports d'analyse du trafic généré •Préparer et lancer un emailing et une newsletter en appliquant les bonnes règles techniques de la communication web •Communiquer sur les réseaux sociaux en appliquant les principes et usages pour développer le marketing et la communication d'une activité, d'un produit ou d'un service 	<p align="center">Questionnaire technique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne application des règles techniques de mise en forme de l'information, de l'ergonomie, du texte, et des liens hypertextes - Respect des principes et de la méthodologie d'écriture web et de gestion pour développer une stratégie de référencement permettant d'augmenter le trafic et la visibilité d'un site - Pertinence des actions menées pour améliorer le trafic et le référencement d'un site en exploitant l'outil Google Analytics et ses rapports d'analyse du trafic généré - Capacité à préparer et lancer un emailing et une newsletter en appliquant les bonnes règles techniques de la communication web - Respect des usages et pertinence (contenu/cible) des messages élaborés pour les réseaux sociaux et par rapport à l'objectif de communication et marketing de l'entreprise 	
<p>Webdesign</p> <p>MODULE 2 : WEBDESIGN Au cours de la formation webdesign les notions apprises sont mises en pratique et les stagiaires réalisent une maquette graphique. •DÉCOUVERTE DU WEBDESIGN •UX DESIGN : PRÉSENTATION •L'expérience utilisateur •Le rôle de l'UX Designer •UX DESIGN : ARCHITECTURE DE L'INFORMATION •UX DESIGN : LE FACTEUR HUMAIN •Définition •Le cerveau comme micro-processeur •6 lois liées à la théorie de la forme (Gestalt) •Les neurones miroirs •Les interférences •Les limites cognitives •Les 4 moteurs de séduction •UX DESIGN : ADOBE XD •Ouvrir, importer, enregistrer, exporter, partager et fermer un document •L'onglet Design et l'onglet Prototype •La barre d'outils •Le panneau des actifs •Le panneau des plans de travail •Les plans de travail •Les repères •Les grilles •Les outils de dessin •La table</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Organiser le contenu, structurer la navigation et hiérarchiser les informations pour construire un site ou une application •Créer une arborescence, appliquer les règles d'ergonomie et d'expérience utilisateur pour optimiser l'accès au contenu du site •Elaborer la présentation du site ou de l'application en utilisant la méthodologie graphique adaptée et en intégrant la communication visuelle souhaitée par le client •Finaliser la maquette graphique à présenter au client 	<p align="center">- la réalisation d'une maquette de site Web (WebDesign)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de la conceptualisation par rapport au projet - Cohérence et efficacité de l'architecture du site web, qualité ergonomique pour faciliter l'accès à l'information et aux fonctionnalités ainsi que les de l'utilisateur - Cohérence et efficacité du résultat graphique obtenu par rapport au projet et par rapport à la structure UX Design élaborée - Application des règles d'écriture et de hiérarchisation des textes pour favoriser le référencement du site - Pertinence du webdesign réalisé (maquette) par rapport au projet défini 	
<p>WordPress</p> <p>MODULE 3 : CREATION DE SITE AVEC WORDPRESS 1. LES PRÉREQUIS À L'UTILISATION DE WORDPRESS •Comment fonctionne un site web ? • Qu'est-ce que WordPress ? •Quelles sont les étapes de création d'un site WordPress ? •De quoi a-t-on besoin pour créer un site WordPress ? •Quelques conseils avant de démarrer 2. INSTALLER WORDPRESS SUR SON ORDINATEUR AVEC LOCAL BY FLYWHEEL •Pourquoi réaliser un site dans un environnement de travail local ? •Comment installer et déployer WordPress avec Local by Flywheel ? 3. COMPRENDRE L'ADMINISTRATION DE WORDPRESS •Quelle est la différence entre le back office et le front office de WordPress ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Concevoir le webdesign du site en construisant l'arborescence et en créant son design conformément au cahier des charges du client •Créer les contenus du site en appliquant les règles et principes de l'écriture web •Gérer et administrer le site WordPress pour créer et développer les fonctionnalités nécessaires •Appliquer les principes du marketing web pour optimiser le référencement du site et développer le trafic et la visibilité 	<p align="center">- le site wordpress ébauché comprenant un formulaire de contact, un forum, un diaporama et des liens vers les réseaux sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité technique du webdesign (arborescence et design) et pertinence par rapport au cahier des charges du client - Respect des règles et principes de l'écriture web et des principes du marketing web pour optimiser le référencement du site et développer le trafic et la visibilité - Capacité à développer les fonctionnalités qui permettent d'animer le site WordPress (formulaires de contact, forum, liens) 	
<p>Prestashop</p> <p>MODULE 4 : CREATION DE BOUTIQUE E-COMMERCE AVEC PRESTASHOP PRÉSENTATION DE PRESTASHOP •Les objectifs d'un site e-commerce •Présentation des différentes fonctionnalités •Fonctionnement de Prestashop PRISE EN MAIN DE PRESTASHOP •Téléchargement de Prestashop •Installation de Prestashop (en local et sur son hébergeur) •Paramétrage de Prestashop •Présentation des interfaces CRÉATION DE LA BOUTIQUE EN LIGNE •Organiser le contenu •Gérer les menus •Gérer les catégories de produits •Créer et modifier un produit •Gérer le design de la boutique •Gérer les groupes et les clients GESTION DES VENTES •Paramétrer les modes de livraison</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Organiser le contenu, élaborer le design pour créer l'e-boutique avec PrestaShop •Paramétrer et configurer les modes de livraison, les modes de paiement, les promotions, le panier pour activer la gestion des ventes en ligne •Paramétrer et configurer pour activer les fonctionnalités de la gestion des stocks •Appliquer les principes du marketing web pour optimiser le trafic, le référencement, donc la visibilité de la boutique 	<p align="center">- le site e-commerce ébauché</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité technique de l'organisation de contenu, du design pour créer l'e-boutique avec PrestaShop - Finalisation et pertinence du paramétrage et de la configuration des modes de livraison, modes de paiement, promotions, et du panier pour activer la gestion des ventes en ligne - Finalisation et pertinence du paramétrage et de la configuration de la gestion des stocks - Bonne application des principes du marketing web pour optimiser le trafic, le référencement, donc la visibilité, de la boutique 	