

PROGRAMME : Créer et gérer le site internet de sa TPE à l'aide d'un CMS

MODULE 1 : INITIATION À LA CONCEPTION DE SON SITE WEB

- Chap 1 : Les catégories de sites internet
- Chap 2 : Le principe de fonctionnement des moteurs de recherche
- Chap 3 : Les courants actuels du web
- Chap 4 : Les composants du dossier de spécifications (activité, public visé, concurrents, positionnement, image de marque) et ses finalités
- Chap 5 : La ligne graphique et l'identité visuelle

MODULE 2 : WORDPRESS ET SOLUTIONS D'HÉBERGEMENT

- Chap 1 : Introduction – Réservation d'un nom de domaine
- Chap 2 : Création d'une adresse mail professionnelle
- Chap 3 : Mise en place de WordPress – Paramétrages et configurations
- Chap 4 : Élaboration des pages et rédaction d'articles pour le blog
- Chap 5 : Administration des médias, menus, modules et extensions
- Chap 6 : Formulaire de contact, présence sur les réseaux sociaux, sauvegarde et gestion technique
- Chap 7 : Contraintes légales et réglementations

MODULE 3 : INTÉGRATION D'UNE DIMENSION E-COMMERCE À SON SITE

- Chap 1 : Installation et configuration de WooCommerce
- Chap 2 : Élaboration de son catalogue produits ou prestations
Paramétrage des solutions de paiement (carte bancaire, PayPal, Stripe...)
- Chap 3 : Cadre juridique propre à la vente en ligne
- Chap 4 : Rédaction des conditions générales de vente
- Chap 5 : Déclaration CNIL et conformité RGPD

MODULE 4 : DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ EN LIGNE

- Chap 1 : Approche AARRR (Attirer, Activer, Générer des revenus, Fidéliser, Recommander)
- Chap 2 : Stratégie de marketing entrant
- Chap 3 : Exploitation des canaux sociaux
- Chap 4 : Animation et fidélisation d'une audience
- Chap 5 : Gestion d'un blog – Newsletter via MailChimp/Mailjet

- Chap 6 : Écriture optimisée pour le Web
- Chap 7 : Générer du bouche-à-oreille digital ou viralité

MODULE 5 : MESURER ET COMPRENDRE SON AUDIENCE

- Chap 1 : Installation d'un outil de suivi analytique
- Chap 2 : Analyse des données et indicateurs de performance via Google Analytics
- Chap 3 : Utilisation de Google Search Console
- Chap 4 : Étude des mots-clés et expressions les plus efficaces
- Chap 5 : Création de tableaux de bord décisionnels
- Chap 6 : Paramétrage de Google Business Manager et d'outils Google complémentaires

MODULE 6 : RÉFÉRENCEMENT ORGANIQUE ET PAYANT

- Chap 1 : Pratiques et méthodes essentielles pour le référencement naturel : qualité de contenu, liens internes/externes, accessibilité, réseaux sociaux, autorité de page
- Chap 2 : Utilisation de Yoast SEO pour optimiser chaque contenu
- Chap 3 : Lancement de campagnes publicitaires via Google Ads et Facebook Ads
- Chap 4 : Rédaction d'annonces performantes pour le web