

AMÉLIORER LE RÉFÉRENCIEMENT D'UN SITE INTERNET



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2955 | Code CPF : 236749 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2955>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 3 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Développer un site internet pour sa structure est une chose, lui assurer un bon positionnement sur les moteurs de recherche en est une autre. **Bon nombre d'entreprises ou d'organisations qui ont investi sur un site web n'en travaillent pas le référencement, faute de temps ou de ressources.** C'est pourtant ce qui amène des flux de visiteurs, et donc de potentiels clients, vers les pages web de l'entreprise.

Il existe aujourd'hui des agences spécialisées dans ce travail de référencement, faisant payer leur expertise au prix fort. Or les petites et moyennes structures n'ont bien souvent pas les moyens de s'accorder l'accompagnement de ce type de spécialistes.

C'est la raison pour laquelle **nous avons voulu rendre accessible un certain nombre de bonnes pratiques du référencement avec une formation-action courte et pragmatique**, en explorant la voie du référencement naturel en priorité. Le référencement naturel consiste essentiellement à optimiser ses contenus pour améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche. Cela suppose d'y consacrer du temps, mais a l'avantage de la gratuité et peut être mis en pratique par tous.

Objectifs de la formation



Maîtriser les bonnes pratiques du référencement naturel



Analyser le référencement d'un site internet



Définir des objectifs pour optimiser les contenus du site internet



Établir une feuille de route d'optimisation du référencement pour le site



Mettre en pratique les premières actions concrètes pour l'optimisation du référencement du site



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois et à tous publics étant confrontés à des besoins de gestion et d'amélioration du référencement d'un site internet.

Programme détaillé



Maîtriser les bonnes pratiques du référencement (focus sur le référencement naturel)

- Comprendre les notions de référencement naturel et payant
- Comprendre la logique de positionnement d'un site internet sur les moteurs de recherche (focus Google)
- Analyser le niveau de référencement d'un site internet
- Rédiger un tableau d'analyse de référencement de site
- Identifier les bonnes pratiques de référencement naturel



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures



Élaborer un plan d'amélioration du référencement naturel et / ou payant d'un site internet

- Définir des objectifs d'amélioration de contenus en fonction d'un contexte donné (ressources humaines de l'entreprise, ressources financières, etc.)
- Définir des actions pertinentes en vue de l'amélioration du référencement d'un site internet
- Rédiger un plan d'optimisation du référencement



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures



Mettre en oeuvre des actions d'amélioration du référencement

- Optimiser les contenus d'un site en vue d'améliorer son référencement naturel
- Mettre en oeuvre les bonnes pratiques identifiées préalablement
- Suivre sur la durée des indicateurs de positionnement d'un site sur les moteurs de recherche
- Initier une démarche d'amélioration continue du référencement



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures

COMPRENDRE ET GÉRER LE TRAFIC D'UN SITE WEB



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2950 | Code CPF : 236557 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2950>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 2 jours



Tout public / **Entre 1 et 5 participants** maximum

Bon nombre d'organisations restent aveugles quant à la fréquentation de leurs sites internet. Elles se préoccupent du développement technique, de l'ergonomie et de l'administration des contenus, sans pour autant observer et comprendre les flux générés.

Il existe pourtant des moyens simples, efficaces et gratuits d'analyse de ces flux. Google Analytics en fait partie. Observer et comprendre ces flux, c'est aussi se donner les moyens d'en améliorer la gestion.

Nous avons donc développé **une formation courte et opérationnelle afin de permettre à une entité de déployer un outil d'analyse gratuit de ses flux de visiteurs (Google Analytics)**, de savoir manier cet outil, d'en tirer des statistiques puis d'en déduire des actions d'amélioration. Cette formation se veut abordable pour tout type de public et comprend une dimension pratique importante pour que l'apprenant applique rapidement les savoirs-faire au cas concret de son choix.

Objectifs de la formation



Déployer l'outil Google Analytics



Générer des statistiques de flux pour un site internet via Google Analytics



Interpréter les statistiques de flux



Élaborer une stratégie d'amélioration de trafic web



Dresser la cartographie des actions à mener à court et moyen terme



Mettre en place les bonnes pratiques pour consulter / analyser / gérer les flux au quotidien



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveau scolaire, ni même de niveau de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois se dirigeant vers des fonctions dans le digital et à tous publics étant confrontés à des besoins de compréhension et d'amélioration de l'audience de leur site internet.

Programme détaillé



Analyser les flux de visiteurs sur un site internet via Google Analytics

- Comprendre les enjeux liés aux flux de visiteurs
- Connaître et comprendre les statistiques clefs délivrées par l'outil Google Analytics
- Piloter l'installation de l'outil Google Analytics sur un site internet
- Maîtriser les différentes fonctionnalités de l'outil Google Analytics
- Analyser la fréquentation d'un site internet à travers un tableau d'analyse de flux



Durée (donnée à titre indicatif) : 6 heures



Élaborer un plan d'amélioration de l'audience de site internet à partir de statistiques de flux

- Définir des objectifs de performance
- Hiérarchiser l'importance des indicateurs clefs pour une entité
- Déterminer des actions pertinentes en vue d'optimiser les flux d'internautes sur le site
- Élaborer une feuille de route pour l'amélioration de l'audience du site



Durée (donnée à titre indicatif) : 4 heures



Piloter un plan d'amélioration du trafic lié à un site internet grâce à Google Analytics

- Mettre en place des bonnes pratiques simples et accessibles
- Planifier la mise en place des actions d'amélioration techniques
- Anticiper la gestion de projet induite
- Organiser des reportings et des analyses de statistiques régulières à partir de l'outil Google Analytics
- Planifier l'amélioration continue du "traffic management"



Durée (donnée à titre indicatif) : 4 heures

CONCEVOIR ET PRODUIRE LES VIDÉOS DE SON ENTREPRISE (MONTAGE VIDÉO)



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°3840 | Code CPF : 236070 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/3840>

Pourquoi cette formation ?



Durée: 7 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Avec un langage narratif combinant dynamisme, interactivité et une dimension émotionnelle, la vidéo offre aux entreprises des possibilités de communication informatives, divertissantes et de service.

Aujourd'hui, **l'évolution des technologies et supports ont placé la vidéo au coeur de nos usages**. Des dizaines de milliards de vidéos sont visionnées chaque mois par des centaines de millions d'utilisateurs rien que sur Youtube. Ce média est donc devenu **incontournable pour toute entité désirent renforcer efficacement et avec pertinence sa communication visuelle**.

En s'adressant à un public ciblé (clients, collaborateurs, fournisseurs, etc.), en s'adaptant aux tendances (web, réseaux sociaux, smartphones, tablettes, etc.) et aux contraintes techniques liées à ces canaux de communication, **l'entreprise peut ainsi délivrer efficacement ses messages et se créer une identité forte**. Ce qui sert in fine au développement et à la pérennité de son activité.

C'est la raison pour laquelle **La WAB a voulu mettre à portée de tous types de publics les outils et notions de base de la création et de l'édition vidéo, à partir d'un module court et opérationnel de 7 journées**. Être autonome sur la création de mini clips, aussi bien sur l'aspect conceptuel que technique, est valorisable au sein de toute structure souhaitant s'assurer une identité et une communication visuelle homogène, dynamique et efficace.

Objectifs de la formation



Comprendre l'utilité et la valeur ajoutée de la vidéo dans le cadre de la communication visuelle de son entreprise



Comprendre les étapes préparatoires à la création d'un film / clip vidéo promotionnel



Comprendre les contraintes techniques de la prise de vue photo et vidéo



Savoir filmer avec un appareil photo ou un smartphone



Comprendre et utiliser Adobe Premiere Pro et Premiere Rush CC pour le montage vidéo



Établir les documents préparatoires visant à créer des outils vidéo nécessaires à la communication de son entreprise



Créer/réaliser les contenus vidéo sur la base de ces documents préparatoires



Paramétrer soi-même les exports vidéo en fonction du support final



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement ouverte à tous publics sans aucun pré-requis en terme de niveau scolaire, ni même de niveau de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emploi et à tous publics étant confrontés à des besoins de communication vidéo pour la promotion de leur activité.

Programme détaillé



Comprendre les principes d'élaboration d'une vidéo et initialiser un projet de création vidéo

- Comprendre l'utilité de la communication par la vidéo
- Comprendre les principes de perception et d'acquisition de l'image
- Connaître et comprendre les contraintes techniques liées à l'univers de la vidéo (types de fichiers, algorithmes de compression, poids de fichier, format de vidéo sur smartphone...)
- Comprendre la symbolique d'une image au travers des règles de construction/composition de celle-ci
- Connaître les différentes étapes de l'élaboration d'une vidéo ou d'un mini-clip (phases de réflexion/écriture, pitch, scénario, storyboard...)
- Définir des objectifs de communication vidéo en fonction d'un contexte donné (ressources humaines de l'entreprise, ressources financières, ressources logicielles/informatiques, stratégie de développement...) et d'un besoin exprimé (communication interne, externe, promotionnelle...)



Durée (donnée à titre indicatif) : 2,5 jours



Élaborer la vidéo promotionnelle d'une entité

- Apprendre à filmer avec un appareil photo et un smartphone
- Prendre en main le logiciel Adobe Premiere Pro et Premiere Rush CC pour le montage et l'édition vidéo
- Élaborer les éléments de préparation (scénario, découpage, storyboard...) d'une vidéo à réaliser dans le cadre de la communication et du développement d'une entreprise
- Être fidèle et pertinent dans les propositions au regard des objectifs de communication vidéo fixés préalablement
- Anticiper les contenus (plans à filmer, musique libre de droit, etc.) à trouver ou produire



Durée (donnée à titre indicatif) : 2,5 jours



Réaliser et monter la vidéo promotionnelle d'une entité

- Maîtriser la réalisation d'une vidéo : captation/prise de vue, dérushage, montage, animation basique d'éléments graphiques (le cas échéant), export
- Mettre en place une réalisation pertinente au regard des objectifs de communication de l'entreprise et des éléments préparatoires
- S'assurer de la conformité avec les objectifs, avec la charte graphique (s'il en est), avec les contraintes techniques...
- Exporter en cohérence avec l'utilisation finale (site web, Youtube, Facebook, Instagram, ordinateur, etc.)



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 jours

CRÉER ET ADMINISTRER SON SITE AVEC WORDPRESS



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2956 | Code CPF : 235619 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2956>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 10 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Un site internet est un outil de communication indispensable pour le développement commercial d'une entreprise. Pourtant, bon nombre d'organisations sont confrontées à 3 freins récurrents au moment de la création ou de la maintenance de leur site : manque de temps, problématiques budgétaires, faibles connaissances au sein de l'équipe.

Pour cette raison, **la WAB a développé un certificat reconnu par les instances de certification nationales**, permettant d'apprendre à développer et animer son propre site internet avec le CMS Wordpress.

En 10 jours, vous aborderez la conception fonctionnelle de votre site, son développement et son administration sous Wordpress, mais aussi, les rudiments pour l'alimenter au mieux grâce à des ateliers de rédaction de contenus, la création de visuels de communication, la mise en place ou l'optimisation d'outils permettant de générer un maximum de trafic.

Objectifs de la formation



Définir sa stratégie de communication



Identifier les fonctionnalités attendues



Créer une documentation fonctionnelle & technique permettant d'assurer le développement du site internet et sa maintenance



Sélectionner et installer un thème Wordpress



Configurer et administrer son site



Rédiger et créer des contenus écrits/visuels pour alimenter le site



Générer du trafic sur le site via la mise en place ou l'optimisation de leviers webmarketing (réseaux sociaux, e-mailing, référencement naturel & payant...)



PRÉ-REQUIS

La certification **s'adresse à tous les professionnels**, quels que soient leurs niveaux, de tous secteurs d'activités intervenant au sein ou pour le compte de TPE/PME, d'associations ou d'organisations, cherchant à disposer d'un site internet et devant communiquer sur leurs activités, attirer de nouveaux clients, présenter des offres et mettre en avant des contenus.

Programme détaillé



Définir les ambitions du site et préparer la mise en œuvre du projet web sous Wordpress

- Analyser le positionnement digital de la structure au lancement du projet
- Définir les objectifs stratégiques en termes de cible marketing, d'audience, de développement commercial, etc.
- Comprendre les enjeux liés au choix de la solution Wordpress
- Définir et détailler les fonctionnalités attendues en fonction de la solution Wordpress (réalisation d'un backlog)
- Organiser les contenus d'un site grâce à la réalisation d'une arborescence
- Choisir un template existant en fonction des besoins et attentes graphiques, fonctionnelles et techniques
- Comprendre les enjeux liés à l'hébergement



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 jours



Développer un site internet sous Wordpress

- Initialiser l'environnement de développement
- Installer et configurer un thème sous Wordpress
- Découvrir le backoffice de Wordpress et ses fonctionnalités
- Analyser, télécharger et installer des plug-ins sous Wordpress
- Créer et administrer les contenus de base



Durée (donnée à titre indicatif) : 3 jours



Rédiger les contenus et créer les visuels d'un site internet sous Wordpress

- Comprendre et maîtriser les principes et les bonnes pratiques de la rédaction web
- Comprendre les enjeux en termes de référencement naturel
- Rédiger efficacement les contenus du site internet
- Rédiger et renseigner les balises métag du site et les alternatives textuelles
- Créer des visuels percutants pour le site internet (composition d'images)



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 jours



Mettre en ligne et administrer un site internet sous Wordpress

- Ajouter et configurer les plug-ins nécessaires identifiés à posteriori
- Créer et installer l'identifiant UA Google Analytics
- S'inscrire et paramétrer un compte Google Webmaster Tools
- Optimiser des éléments de style (slideshow, banners, footer...)



Durée (donnée à titre indicatif) : 1 jour



Créer une communauté autour du site internet

- Développer efficacement une communauté autour d'un site internet
- Créer et gérer une page Facebook d'entreprise
- Optimiser la présence sur les réseaux sociaux



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 jours

CRÉER ET GÉRER UNE PAGE FACEBOOK D'ENTREPRISE



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2946 | Code CPF : 235523 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2946>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 3 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Bon nombre d'entités ne disposent pas des moyens suffisants pour développer un site internet et le gérer, pour mettre en place des actions marketing onéreuses (plaquettes, publicités, etc.) ou pour s'adjoindre les services d'experts pour travailler leur communication.

Il existe pour ces entreprises un outil efficace, simple d'utilisation, flexible et gratuit pour communiquer efficacement sur le web : Facebook pour les professionnels. **En quelques heures de formation, il est possible de maîtriser les principales fonctionnalités de l'outil**, de commencer à l'alimenter en contenus et même d'entamer des actions de promotion ciblées. **Une page Facebook bien menée permet à tout type d'organisation d'assurer une visibilité rapide à ses produits/services**, sans avoir à mobiliser des fonds ou des ressources humaines importantes.

Nous avons donc décidé de mettre à disposition de tous types de publics **une formation courte et opérationnelle afin de maîtriser les usages de Facebook pour les professionnels**. De la définition de sa stratégie social média, à la création et l'administration d'une page professionnelle, en passant par la mise en place de publicités Facebook Ads, ce module condense tout ce qui peut s'avérer utile pour un professionnel sur le sujet.

Objectifs de la formation



Créer une page Facebook pour les professionnels



Maîtriser les différentes fonctionnalités d'une page Facebook professionnelle



Générer et interpréter des statistiques de flux sur Facebook



Définir une stratégie de communication sur Facebook



Mettre en place des contenus écrits et visuels



Mettre en place des actions d'amélioration de l'audience d'une page Facebook entreprise



Mettre en place une campagne publicitaire Facebook



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois et à tous publics étant confrontés à des besoins de création, de gestion et de promotion de page Facebook d'entreprise.

Programme détaillé



Comprendre le fonctionnement et auditer les performances d'une page Facebook

- Comprendre les possibilités de communication et les enjeux liés à Facebook pour un professionnel
- Créer et paramétrer une page Facebook professionnelle
- Identifier et comprendre les indicateurs de performance d'une page Facebook
- Analyser les statistiques de performance d'une page Facebook
- Interpréter des statistiques de performance et réaliser un tableau d'analyse de compte et de statistiques



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures



Élaborer une stratégie de développement ou d'amélioration d'une page Facebook

- Définir la ou les cibles de communication d'une page Facebook
- Déterminer des objectifs de communication adaptés à la situation d'une entreprise
- Élaborer une ligne éditoriale et définir des contenus adaptés
- Prioriser les champs d'action pour le développement ou l'optimisation d'une page Facebook à travers une feuille de route stratégique



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures



Optimiser le fonctionnement d'une page Facebook

- Créer des visuels adaptés pour une page Facebook
- Rédiger des contenus et publier des posts pour une page Facebook
- Développer l'audience d'une page Facebook
- Mettre en place une campagne publicitaire Facebook ads
- Définir un planning de publication
- Organiser l'amélioration continue d'une page Facebook



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures

DÉVELOPPER SON THÈME ENFANT SOUS WORDPRESS



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°3832 | Code CPF : 237466 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/3832>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 6 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum







Un site internet est un outil de communication indispensable pour le développement commercial d'une entreprise. Pourtant, bon nombre d'organisations sont confrontées à **3 freins récurrents au moment de la création ou de la maintenance de leur site** : manque de temps, problématiques budgétaires, faibles connaissances au sein de l'équipe.

Bien qu'il existe des milliers de thèmes déjà accessibles, il est possible qu'aucun thème ne corresponde et s'adapte à 100% à vos besoins et spécificités métier. Si l'on ajoute à cela la non maintenance de certains thèmes achetés ou la difficulté de reprise de leur code, il peut être alors bienvenu d'être en mesure de **développer soi-même la totalité de son interface. Cela vous assure évolutivité et pérennité du site web, ainsi qu'une économie financière non négligeable.**

Pour cette raison, **La WAB a créé un module de formation-action permettant d'apprendre à développer son propre thème enfant Wordpress en partant d'un thème existant.** Le fait de ne pas partir de zéro, vous évitera ainsi de ne pas "ré-inventer la roue" en re-développant des plug-ins fiables et éprouvés natifs de la solution Wordpress. Vous ne partirez donc pas de zéro tout en pouvant personnaliser et adapter un thème à vos propres besoins et ainsi répondre au mieux aux attentes de vos visiteurs.

En 6 jours, vous aborderez la conception fonctionnelle de votre site puis le choix, l'ajout et la configuration d'un thème mais surtout, la personnalisation de celui-ci en créant votre propre thème enfant.

Objectifs de la formation

-  Définir le contexte de création du site internet, ses ambitions, ses objectifs, sa raison d'être.
-  En considérant le contexte, identifier et établir le périmètre fonctionnel du site internet (fonctionnalités attendues)
-  Mettre en place un environnement local dans le but d'installer Wordpress
-  Sélectionner, installer et configurer un thème nu de Wordpress
-  Connaître l'ensemble des bonnes pratiques de programmation avec WordPress
-  Développer son thème enfant pour s'adapter au maximum à ses besoins (choisir un thème Wordpress existant fournissant une base de travail et en modifier la structure pour l'adapter complètement à vos besoins)



PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux personnes ayant **un niveau intermédiaire sur WordPress**. La **maîtrise de HTML, CSS et surtout de la programmation PHP est indispensable** pour suivre cette formation et développer son thème enfant sous Wordpress.

Programme détaillé



Définir les ambitions d'un site internet dans un contexte donné et établir son périmètre fonctionnel

- Analyser le positionnement digital de la structure au lancement du projet
- Définir les objectifs stratégiques en termes de cible marketing, d'audience, de développement commercial, etc.
- Comprendre les enjeux liés au choix de la solution Wordpress
- Définir et détailler les fonctionnalités attendues en fonction de la solution Wordpress (réalisation d'un backlog)
- Organiser les contenus d'un site grâce à la réalisation d'une arborescence
- Définir les besoins et attentes graphiques, fonctionnelles et techniques pour le futur template



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 jours



Préparer, installer et configurer un site Wordpress ainsi qu'un thème choisi

- Installer un environnement local (sur son ordinateur)
- Installer Wordpress sur son environnement local de manière sécurisée
- Comprendre et mettre en place les différents réglages de Wordpress : écriture, lecture, médias, permaliens, etc.
- Comprendre, installer et configurer les plug-ins indispensables au bon fonctionnement de Wordpress comme des plug-ins de sécurité, d'optimisation des médias et de la vitesse d'affichage de votre site Wordpress ou encore des plug-ins vous accompagnant dans la construction de votre thème enfant
- Rechercher, installer et configurer un thème nu sous Wordpress afin de bénéficier des plug-ins fondamentaux, testés et éprouvés de la solution Wordpress et partir de celui-ci pour développer votre thème enfant



Durée (donnée à titre indicatif) : 1,5 jour



Développer son thème enfant sous Wordpress

- Savoir trouver et utiliser la documentation officielle
- Comprendre la structure de Wordpress
- Comprendre la structure et le fonctionnement d'un thème
- Comprendre les différences entre un thème parent et un thème enfant
- Créer et activer un thème enfant
- Comprendre et mettre en place la hiérarchie des templates
- Modifier le comportement des pages
- Comprendre et modifier / mettre en place des zones de widget, des zones de menu, des boucles de rendu et des filtres
- Comprendre et mettre en place des nouveaux types de pages (Custom Post Type)
- Ajouter de nouveaux formats d'images s'adaptant à votre thème enfant



Durée (donnée à titre indicatif) : 2,5 jours

ÉLABORER SA STRATÉGIE MARKETING DIGITALE



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2954 | Code CPF : 235487 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2954>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 1 jour



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Établir une stratégie avant de passer à l'action apparaît comme une évidence pour beaucoup, une vérité trop évidente pour être énoncée. **La stratégie permet de se fixer des objectifs en accord avec ses ressources, d'identifier les actions qui permettront d'atteindre ces objectifs et de les organiser dans le temps.**

Ce constat limpide n'est pourtant pas courant lorsqu'on s'intéresse aux pratiques usuelles des organisations en ce qui concerne le digital. Les projets sont souvent menés au coup par coup, sans prendre le temps de développer une vision long terme, déclinée annuellement avec des objectifs précis, un budget et des ressources humaines allouées. Ne pas passer par l'étape essentielle de la vision stratégique webmarketing, **c'est prendre le risque de partir dans tous les sens**, de s'épuiser ou d'épuiser son budget, pour finir par mettre les projets de côté par manque de temps ou de moyens.

C'est la raison pour laquelle nous avons voulu former les professionnels à la définition de stratégies marketing digitales réalistes, complètes et déclinées opérationnellement. **Se former sur ce sujet, c'est apprendre à définir la clef de voûte digitale pour une entreprise ou une organisation.**

Objectifs de la formation



Établir le diagnostic digital d'une organisation



Fixer des objectifs marketing digitaux cohérents et adaptés



Définir la feuille de route des actions marketing à mettre en oeuvre



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs et à tous publics étant confrontés à un besoin de rationalisation et d'optimisation de leur développement digital.

Programme détaillé



Établir le diagnostic digital d'une organisation

- Comprendre les enjeux digitaux qui impactent l'activité d'une organisation
- Analyser la situation digitale d'une entité
- Analyser les compétences digitales internes et externes de la structure
- Réaliser un tableau d'analyse des forces et faiblesses digitales



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 heures



Fixer des objectifs webmarketing adaptés

- Identifier et hiérarchiser les enjeux digitaux qui impactent une entité
- Définir des objectifs webmarketing clairs, pertinents et réalisables pour une organisation en fonction d'un contexte donné



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 heures



Élaborer un plan d'action digital

- Déterminer des actions pertinentes en fonction d'objectifs stratégiques et marketing définis
- Organiser les actions à mener dans le temps
- Anticiper la gestion de projets digitaux
- Réaliser une cartographie des actions à mener



Durée (donnée à titre indicatif) : 3 heures

METTRE EN PLACE DES CAMPAGNES D'E-MAILING



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2951 | Code CPF : 212687 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2951>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 2 jours



Tout public / Entre 1 et 3 participants maximum

Une campagne d'e-mailing **représente une solution simple et gratuite à l'ensemble des besoins de communication que peut présenter une entreprise** : lancer la promotion d'un produit ou d'un service, prospector de nouveaux clients, fidéliser une communauté autour d'une entreprise ou simplement communiquer sur un événement.

Levier commercial essentiel, le mail est pourtant un outil peu exploité, souvent réservé aux échanges professionnels simples dans les TPE/PME.

En formant à la rationalisation des données en entreprise, puis à l'envoi de mails en masse, nous avons voulu redonner à nos organisations la possibilité de **s'approprier l'outil mail pour en faire une arme commerciale efficace à moindre coût.**

Objectifs de la formation



Analyser et rationaliser la gestion des données clients dans l'entreprise



Définir les actions pour pérenniser dans le temps la bonne gestion des données clients



Créer une base de données uniformisée au service d'une campagne e-mailing



Définir la stratégie de communication liée à une campagne d'e-mailing



Utiliser un outil d'e-mailing gratuit



Mettre en oeuvre un premier lancement d'e-mailing groupé



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveau scolaire, ni même de niveau de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois désirant valoriser une compétence digitale face à des employeurs et à tous publics étant confrontés à des besoins de gestion et d'exploitation, via l'outil mail, de leurs données clients digitalisées.

Programme détaillé



Maîtriser les bonnes pratiques de gestion de base de données clients

- Comprendre les enjeux de la collecte de données clients
- Identifier les sources de données clients en entreprise
- Analyser le traitement des données clients en entreprise
- Identifier les modalités efficaces de traitement des données clients en entreprise
- Comprendre le lien entre la gestion des données et le mailing de masse



Durée (donnée à titre indicatif) : 3 heures



Création d'une base de données en vue d'une campagne d'e-mailing

- Définir et mettre en place des actions d'amélioration de la récolte et de la gestion de données en entreprise
- Sélectionner un outil d'e-mailing de masse adapté au contexte financier et humain d'une entreprise
- Composer une base de données clients adaptée à l'outil d'e-mailing sélectionné



Durée (donnée à titre indicatif) : 4 heures



Mettre en oeuvre une campagne d'e-mailing

- Rédiger un mail type en vue d'une campagne d'e-mailing
- Utiliser un outil de mailing et une base de données clients pour une campagne d'e-mailing
- Assurer le suivi d'une campagne d'e-mailing
- Programmer sur la durée la gestion des données clients d'une entreprise



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures

PILOTER LA CRÉATION OU LA REFONTE D'UN SITE WEB



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2927 | Code CPF : 237299 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2927>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 4 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

La mise en place d'un site internet est un moment crucial dans la vie d'une organisation. Sa réussite dépendra autant de la capacité de l'organisation à définir avec précision sa stratégie et ses besoins, que de la capacité du prestataire à transcrire ces besoins avec un site internet adapté et performant.

La **définition des besoins de l'entreprise à travers un cahier des charges complet** est pourtant fréquemment négligée. Négliger cet aspect du projet revient à jouer à la loterie, en espérant que le prestataire puisse deviner ce que le commanditaire a derrière la tête, et le transcrire miraculeusement en produisant le site adapté. Se désintéresser de la phase de conception de son futur site internet, c'est donc prendre le risque de ne pas obtenir ce que l'on s'imaginait. Pire encore, c'est **engendrer des coûts et délais supplémentaires en fin de prestation qui n'étaient pas prévus et auraient pu être évités.**

Il faut aussi souligner qu'en apprenant à gérer lui-même son projet web, le commanditaire s'épargne des lignes budgétaires habituellement facturées par les prestataires sous l'appellation "Définition de besoin et gestion de projet".

C'est la raison pour laquelle nous avons créé ce module : transmettre les compétences nécessaires pour qu'une organisation puisse définir la conception fonctionnelle et technique de son futur site internet, gérer le projet de manière agile avec son prestataire, et **diminuer in fine le coût consacré au projet tout en augmentant la qualité du rendu final.**

Objectifs de la formation



Définir sa stratégie de communication digitale



Identifier les fonctionnalités attendues



Réaliser la conception fonctionnelle et technique du site internet



Rédiger le cahier des charges complet (arborescence, zonings et backlog)



Réaliser un appel d'offres et savoir choisir son prestataire



Piloter un projet web avec un prestataire de manière agile



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois et à tous publics étant confrontés à des besoins de gestion de contenus sur leurs différents supports web (site, blog, réseaux sociaux, etc.)

Programme détaillé



Initialiser un projet de création ou de refonte de site web

- Comprendre les enjeux liés à la création d'un site web et à la rédaction d'un cahier des charges
- Analyser le positionnement digital d'une structure au lancement d'un projet web
- Identifier les forces et faiblesses d'une structure dans sa gestion des outils web (notamment le site)
- Établir un résumé opérationnel, ou "Executive summary", du contexte de lancement de projet
- Connaître les différents maillons de la chaîne de production d'un site internet
- Comprendre les enjeux liés au choix d'un socle technique de développement de site
- Comprendre les enjeux spécifiques liés à la qualité gravitant autour de la création du projet web (performance, compatibilités navigateur, accessibilité web, etc.)
- Comprendre les enjeux liés à l'hébergement, au nom de domaine et à la protection intellectuelle



Durée (donnée à titre indicatif) : 4 heures



Définir la stratégie de développement d'un site web

- Définir une stratégie de refonte ou de création de site adaptée à une entreprise / organisation, à ses ressources humaines et à ses enjeux de développement
- Établir le tableau de positionnement stratégique d'un site internet en création / refonte
- Définir l'organisation d'un projet web (réfèrent, temps consacré, définition d'un budget et d'un planning, etc.)



Durée (donnée à titre indicatif) : 3 heures



Établir la conception fonctionnelle et technique d'un site internet en création / refonte

- Réaliser une arborescence pour la création / refonte d'un site internet
- Réaliser des zonings pour la création / refonte d'un site internet
- Réaliser un listing des fonctionnalités, ou "backlog", pour la création / refonte d'un site internet
- Agréger les pièces d'initialisation d'un projet web au sein d'un cahier des charges complet
- Apprendre à gérer un projet web en méthode Agile
- Apprendre à mener une consultation par appel d'offres



Durée (donnée à titre indicatif) : 21 heures

Pourquoi cette formation ?



Durée : 2 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Si beaucoup d'organisations comprennent l'importance de l'ergonomie et du design de leurs pages web, la rédaction de contenus est souvent négligée. C'est pourtant **l'élément clef qui permettra notamment à votre site internet d'être mieux référencé.**

De manière générale, **une rédaction web efficace**, qui sait s'adresser au public ciblé (choix du champ sémantique) et qui s'adapte aux contraintes de la toile (volonté d'accéder rapidement aux messages notamment), **permet de mieux délivrer les messages de l'entreprise.** Ce qui sert in fine au développement de son activité.

C'est la raison pour laquelle La WAB a voulu mettre à portée de tous types de publics les bonnes pratiques de la rédaction web, **à partir d'un module court et opérationnel de deux journées.** Savoir rédiger sur le web est un atout rare, valorisable au sein de tout type de structure souhaitant s'assurer une présence digitale, quel que soit l'outil de communication web utilisé (site, blog, réseaux sociaux, etc.).

Objectifs de la formation



Comprendre les spécificités de la rédaction web sur différents supports digitaux (site, blog, réseaux sociaux, etc.)



Être en mesure d'analyser la pertinence des contenus rédactionnels d'un site internet



Dresser une feuille de route visant à optimiser les contenus d'un site internet



Rédiger des contenus adaptés et efficaces pour un site internet



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois et à tous publics étant confrontés à des besoins de gestion de contenus sur leurs différents supports web (site, blog, réseaux sociaux, etc.)

Programme détaillé



Maîtriser les bonnes pratiques de la rédaction web sur différents types de supports

- Comprendre les spécificités de la rédaction web
- Intégrer les bons réflexes rédactionnels et comprendre leurs impacts
- Analyser la pertinence des contenus déployés sur différents supports web par une entreprise
- Rédiger un tableau d'analyse des pratiques de rédaction web
- Assurer une veille sur les bonnes pratiques de rédaction web



Durée (donnée à titre indicatif) : 5 heures



Définir un plan d'amélioration des contenus web d'une entité

- Définir des objectifs d'amélioration de contenus en fonction d'un contexte donné (ressources humaines de l'entreprise, ressources financières, etc.)
- Identifier des actions d'amélioration en fonction des objectifs exprimés par une entreprise
- Rédiger une feuille de route rédactionnelle



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 heures



Rédiger des contenus web de qualité

- Rédiger des contenus en suivant une feuille de route rédactionnelle
- Optimiser ses contenus pour le référencement naturel et en respectant les règles de la rédaction web
- Recenser les bonnes pratiques au sein d'un livret de bonnes pratiques rédactionnelles



Durée (donnée à titre indicatif) : 7 heures

RÉUSSIR SA TRANSITION NUMÉRIQUE



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°2929 | Code CPF : 237043 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/2929>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 1 jour



Tout public / **Entre 1 et 5 participants** maximum

Nos organisations sont bien souvent démunies face à des technologies et des usages digitaux qu'elles ne maîtrisent pas, qui paraissent obscurs, coûteux et chronophages.

La transition numérique est pourtant un vecteur de compétitivité et de croissance. Et **le premier pas vers une transition numérique réussie** consiste tout simplement à **comprendre les enjeux digitaux qui impactent une organisation**.

C'est pour cette raison que **nous avons décidé de vulgariser le sujet digital via un module de formation court et pragmatique d'une journée**. Comprendre les enjeux, appréhender les outils et les usages, être en mesure de faire le point sur sa propre situation digitale et élaborer une vision d'évolution digitale cohérente constituent les premiers pas sur le chemin de la transition numérique.

Objectifs de la formation



Identifier les enjeux numériques qui impactent une organisation



Appréhender les différents outils digitaux utiles à une organisation



Auditer le niveau d'appropriation de ces outils et les pratiques digitales d'une organisation



Analyser les freins rencontrés par une organisation dans son évolution digitale



Prioriser les actions à mener dans le cadre de la transformation digitale de l'entreprise



Structurer des propositions en termes d'évolution des ressources humaines



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement **ouverte à tous publics** sans aucun prérequis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emplois et à tous publics étant confrontés à des besoins de gestion des problématiques digitales au sein d'une entreprise

Programme détaillé



Identifier les enjeux digitaux qui peuvent impacter une entreprise ou une organisation

- Comprendre les enjeux digitaux impactant une organisation
- Comprendre le potentiel que peut représenter le digital pour une entité
- Comparer les différents outils de communication web, leurs fonctionnalités et utilités
- Comprendre les notions de base de la e-réputation
- Comprendre les notions de base du référencement
- Mener un état des lieux digital d'une entité en dressant ses forces et ses faiblesses



Durée (donnée à titre indicatif) : 3 heures



Identifier les compétences nécessaires à une organisation pour amorcer ou accélérer sa transition numérique

- Répertorier les types et les niveaux de compétences nécessaires à une structure afin d'amorcer sa transition numérique
- Préconiser un schéma organisationnel cohérent afin de conduire un plan de transition numérique
- Élaborer une feuille de route de formation et de recrutement liée à la mise en oeuvre d'un programme de transition numérique



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 heures



Établir une feuille de route de transition numérique

- Prioriser les actions d'une entité amorçant ou accélérant la transition numérique d'une entreprise
- Sélectionner et prévoir le développement d'outils web
- Organiser les ressources internes d'une entreprise pour assurer sa transition numérique
- Conduire le changement digital en entreprise



Durée (donnée à titre indicatif) : 2 heures

RÉALISER LES MAQUETTES GRAPHIQUES D'INTERFACES WEB ET MOBILES (WEB DESIGN)



LA WAB
LE DIGITAL COOPÉRATIF

Certification professionnelle reconnue par la CNCP - fiche inventaire n°3839 | Code CPF : 235481 | Référence officielle site CNCP : <https://inventaire.cncp.gouv.fr/fiches/3839>

Pourquoi cette formation ?



Durée : 10 jours



Tout public / Entre 1 et 5 participants maximum

Un site internet est un outil de communication indispensable pour le développement commercial d'une entreprise. Mais peu nombreuses sont les organisations qui développent en interne leur propre site web. Elles font donc souvent appel à un prestataire pour traiter ce besoin. Lorsque l'on travaille avec un prestataire, **il est essentiel de définir avec précision ses besoins afin que le rendu soit fidèle aux attentes.**

Cette expression de besoins peut se faire via différentes pièces ; un cahier des charges, une arborescence, un backlog (listing des fonctionnalités)... Mais souvent, **au moment de cette phase de conception, ce sont les maquettes graphiques qui vont nous permettre de définir avec la plus grande précision l'ensemble du "design web" du site ou de l'application. C'est une étape cruciale dans la réussite du projet web.**

C'est la raison pour laquelle La WAB a voulu mettre à portée de tous types de publics les outils et notions de base de la création graphique d'un site web à partir d'un module opérationnel de 10 journées. Être autonome sur la structure, l'organisation visuelle de son site web et la création de son aspect graphique, est valorisable au sein de toute structure souhaitant s'assurer une identité et une communication efficace. C'est aussi une garantie de qualité et de respect de la vision de l'organisation dans la réalisation d'un projet web.

Objectifs de la formation



Comprendre les étapes de création d'un site web



Comprendre les principes de conception, ergonomie, interface et expérience utilisateur



Comprendre les contraintes techniques et graphiques spécifiques du web et des usages actuels (écran tactiles, smartphone, tablettes, etc.)



Comprendre l'utilité, le rôle et le fonctionnement des logiciels de création graphique du web (Adobe XD, Photoshop et Illustrator)



Savoir créer des éléments graphiques pour une page web



Créer les zonings des pages de son site web puis les designs de celles-ci



PRÉ-REQUIS

La certification est volontairement ouverte à tous publics sans aucun pré-requis en termes de niveaux scolaires, ni même de niveaux de qualification. Elle s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs, des demandeurs d'emploi et à **tous publics étant confrontés à des besoins de création de maquettes graphiques ou d'éléments graphiques pour interfaces web et mobiles.**

Programme détaillé



Comprendre les notions graphiques essentielles et initialiser la refonte ou la création d'un site web avec des maquettes graphiques

- Comprendre les fondamentaux de la conception d'un site web (arborescence, hiérarchisation des informations, ergonomie, interface et expérience utilisateur, structure d'une page, etc.)
- Comprendre le principe de site web responsive et la manière dont les éléments d'une page web desktop se réorganisent sur une version mobile
- Être en mesure de réaliser des maquettes simples d'un site web à partir d'un brief client donné et de sa charte graphique (cas concret proposé par La WAB)
- Prendre en compte les contraintes techniques et graphiques liées au web dans la réalisation de ces maquettes



Durée (donnée à titre indicatif) : 1 jour



Élaborer la structure de son site par des logiciels de création web

- Établir l'arborescence d'un site web (cas concret du participant ou cas fictif proposé)
- Utiliser Adobe XD pour la réalisation de maquettes (ou zonings)
- Concevoir les zonings des pages de son site web
- Refondre des éléments graphiques basiques (boutons, champs, navbar, encarts, pictogrammes, etc.) avec Adobe XD, Photoshop et Illustrator



Durée (donnée à titre indicatif) : 4 jours



Réaliser le design final des principales pages de son site web

- Réaliser le design des versions desktop et mobile de la page d'accueil et des pages principales d'un site web (utilisation d'Adobe XD, Photoshop et Illustrator)
- Mettre en oeuvre les bonnes pratiques et respecter les contraintes techniques et graphiques (ergonomie, accessibilité, responsive design et optimisé en version mobile, respect de la charte graphique, etc.)



Durée (donnée à titre indicatif) : 5 jours