

PARCOURS : CREATION SITE WEB E-COMMERCE AVEC UN LOGICIEL CMS (PRESTASHOP)

PUBLIC CONCERNE	Toute personne désirant créer et maintenir un site e-commerce avec le CMS Prestashop
PRE-REQUIS	Une bonne pratique d'Internet et de l'environnement Windows est recommandée. Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les pré-requis.
DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION	7 jours formation – 7 jours atelier – soit 100 heures (8h30-12h ou 12h30 / 13h30-17h) En présentiel. Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur note site</u>
OBJECTIFS DE LA FORMATION	À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de : - comprendre les règles du référencement naturel d'un site Internet pour augmenter le nombre de visiteurs et améliorer sa visibilité et son positionnement sur les moteurs de recherche ; - travailler sur des images en vue de leur insertion dans un document mis en page ou publié sur le web ; - maîtriser la mise en œuvre du logiciel e-commerce PrestaShop ; - acquérir les compétences nécessaires à une bonne utilisation du Back-office de PrestaShop ; - connaître les principales fonctionnalités et modules de PrestaShop ; - appréhender les techniques du Webmarketing pour optimiser le référencement.
MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES	La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique immédiate individuelle. Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis. Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit et d'une imprimante réseau. Remise d'un support de cours adapté.
EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION	<u>Attestation individuelle de fin de formation</u> comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. <u>Bilan qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs.
QUALITE DES FORMATEURS	Formateurs professionnels expérimentés (<u>voir l'équipe pédagogique sur notre site</u>)
LIEU DE LA FORMATION	Formation réalisée au centre de formation, 3 Bd de Clairfont, Bât. H 66350 Toulouges

PROGRAMME DETAILLE:

PREPARER LE REFERENCEMENT NATUREL DU SITE (1 JOUR)

OBJECTIFS DETAILLES DE LA FORMATION

Définir les critères de tris des moteurs de recherche.
Définir sa stratégie de référencement naturel.
Acquérir les techniques pour améliorer visibilité et référencement sur le Web.
Acquérir les bases du référencement pour superviser un développeur/Intégrateur.
Maîtriser les techniques avancées de référencement naturel.

LES CRITERES DE PERTINENCE DU REFERENCEMENT NATUREL

Le fonctionnement des moteurs de recherche : de l'indexation au positionnement.
Les critères de pertinence du référencement naturel : technique, éditorial, popularité et ergonomie.
Connaître les facteurs bloquants et les facteurs favorisants.
Maîtriser les critères de pertinence éditoriaux et ergonomiques.

DEFINIR SA STRATEGIE DE REFERENCEMENT NATUREL

Mettre en œuvre une stratégie de longue traîne.
Définir les thématiques sur lesquelles on souhaite se positionner.
Tirer parti des générateurs de mots-clés pour identifier les mots-clés.
Exploiter la recherche universelle.
Analyser la stratégie des concurrents.

MAITRISER LES TECHNIQUES AVANCEES DE REFERENCEMENT NATUREL

Utiliser les outils et plugin indispensables pour analyser la performance du référencement naturel.
Détection et gérer les cas de duplication de contenu.
Rédiger ses contenus pour favoriser le référencement naturel.
Optimiser les balises meta et les URL.
Paramétrer les sites map XML et Google Webmaster Tool.
Développer la popularité de son site : annuaires, communiqués de presse, linkbaiting...

Mettre en œuvre une stratégie de SMO (Social Media Optimization) avec Google +, Facebook, Twitter...
Tenir compte des nouveautés de Google Panda et Google Penguin.

PHOTOFILTRE INITIATION (1 JOUR)

DECOUVRIR PHOTOFILTRE

L'interface et les outils.

CHOISIR LA RESOLUTION ET LES FORMATS

Les résolutions d'images (Web, logos, diaporamas)
Les formats d'enregistrement

CADRER, ADAPTER LA TAILLE DE L'IMAGE

Recadrer une image
Réduire, agrandir la zone de travail ou l'image.

DETOURER VOS IMAGES

Détourer, additionner, soustraire, vos sélections

- Outils sélection
- Baguette magique

Détourer des images à contours nets

REPARER VOS IMAGES

Dupliquer, supprimer les imperfections avec les outils tampon et correcteur.

Supprimer une portion d'image

Utiliser des filtres pour adoucir, renforcer vos images.

CORRIGER LA CHROMIE

Corriger la tonalité, la saturation, ajuster les couleurs des images.

Remplacer une couleur, un élément par plages de couleurs.

ETUDE DU CMS PRESTASHOP (4 JOURS)

INSTALLATION ET PARAMETRAGE :

Les notions essentielles
Installation de Prestashop
Paramétrage de sécurité

DEFINITION DES PREFERENCES ESSENTIELLES :

Création des comptes employés
Création des profils et des permissions
Paramétrage des informations société

CREATION DE CATEGORIE ET DE PRODUIT :

Création d'une catégorie
Création d'un produit
Paramétrage de la fiche Produit

GESTION ET OPTIMISATION D'UN PRODUIT :

Création d'un pack de produits

Création d'un produit téléchargeable
Gestion des stocks du produit

MISE EN PLACE DES REGLES DE TRANSPORT :

Création d'un transporteur
Création des zones
Création des frais de transports

GESTION DES PAIEMENTS TAXES ET DEVISES :

Paramétrage des paiements, création et gestion des taxes...

GESTION DES CLIENTS :

Création d'un compte client, gestion et modification d'un compte client, notion de groupe

ADMINISTRATION DES VENTES :

Gestion des commandes, gestion des factures,
Gestion des remboursements
Création des avoirs

REALISATION DE LA PAGE D'ACCUEIL :

Création des menus du site
Mise en forme et gestion des modules
Insertion de photos et images

PERSONNALISATION DE LA BOUTIQUE :

Principe de fonctionnement des modules natifs
Installation et paramétrage
Installation d'un thème

FIDELISATION ET MARKETING :

Organisation des comptes clients
Gestion des groupes
Gestion des emails
Mise en place d'une newsletter

ANALYSE DES STATISTIQUES :

Les modules de statistiques importants
Utiliser et implémenter Google Analytics

WEBMARKETING (1 JOUR)

L'EMAIL MARKETING

Les performances de l'email en France
L'emailing et les objectifs marketing
Emailing de conquête vs. Emailing de fidélisation
Emailing : meilleurs jours et heures d'envoi
Les techniques qui permettent d'augmenter le taux de clic
Les appels à l'action, le concept de première image mentale
Emailing et pages d'atterrissage : bonnes pratiques
Emailing : les erreurs à éviter !
Emailing : le cadre législatif
Emailing : la question de la délivrabilité
Déjouer les filtres anti-spam : filtres bayésiens, heuristiques...
Emailing : plates-formes et bases de données

LA PUBLICITE EN LIGNE

Un panorama de la publicité en ligne en France
Quels sont les principaux formats de bannières ?
Qu'est-ce qu'une annonce « Rich média » ?
Un nouvel eldorado pour les annonceurs : la publicité vidéo
Un panorama des régies publicitaires
La publicité en ligne avec les Facebook Ads / LinkedIn DirectAds

LE REFERENCEMENT PUBLICITAIRE

Les plates-formes les plus populaires en France
Présentation de Google AdWords
Comment fonctionnent les liens contextuels ?
Réseau de recherche vs. Réseau Display
Le ciblage par emplacements
Les annonces illustrées : techniques et bonnes pratiques
Comprendre l'importance cruciale des « Landing pages »

RESEAUX SOCIAUX

- La force de l' « User Generated Content »
- Les commentaires en ligne et les avis des internautes
- Développer les interactions utilisateurs avec les forums
- Utiliser les blogs
- Se faire connaître grâce aux newsgroups
- Réseaux sociaux : états des lieux et stratégies à adopter
- Facebook, Twitter : quelles opportunités pour l'entreprise
- Les réseaux sociaux professionnels : Viadeo, LinkedIn...
- Les sites de partages en ligne : vidéos, images...

LE BUZZ MARKETING

Un panorama du marketing viral en France
Les particularités du « Bouche à oreille numérique »
Marketing viral : forces et dangers, les cas d'école
Marketing viral : bonnes pratiques et pièges à éviter
Quelles stratégies peut-on mettre en place ?

L'AFFILIATION

Comment fonctionnent les plates-formes d'affiliation ?
Quels sont les choix techniques à prendre en considération ?
Affiliation : choix du système de rémunération
Affiliation : un panorama des meilleures plates-formes et outils
Les comparateurs de prix : quelles tactiques adopter ?