

Créer son site e-commerce avec WordPress et WooCommerce et en optimiser le référencement

Objectifs :

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de

- Créer un site WordPress avec boutique WooCommerce de A à Z
- Configurer l'hébergement et le nom de domaine
- Maîtriser le thème Flatsome
- Optimiser le référencement naturel
- Analyser les performances avec Google Analytics
- Mettre en place une stratégie web efficace
- Maîtriser les techniques avancées du référencement naturel et payant

Public visé et pré-requis :

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap.
Nous contacter pour toute demande d'adaptation.

Pré-requis :

- Connaissances informatiques de base
- Ordinateur portable avec connexion internet
- Compte O2Switch (fourni ou à créer)

Méthode pédagogique :

Formation en présentiel avec un formateur.

Notre formateur, consultant en stratégie digitale depuis 12 ans accompagne les TPE/PME dans le développement de leur présence en ligne.

Formation-action : chaque module fait l'objet d'une mise en pratique sur le projet professionnel des participants.

Approche collaborative.

Etudes de cas.

Travaux pratiques.

Outils pédagogiques : Ordinateurs, diaporamas.

Ressources fournies

- Guide pas-à-pas avec captures d'écran
- Checklist de mise en ligne
- Templates de pages essentielles
- Liste de plugins recommandés
- Ressources SEO (mots-clés, outils)

Evaluation :

Les acquis seront évalués par des cas pratiques et un QCM de fin de formation.

Durée :

5 jours soit 35 heures

Délais d'accès : de 7 jours à 3 mois selon le mode de financement.

Programme :

1. Fondations & Installation

- **Introduction aux CMS et WordPress**
 - Qu'est-ce qu'un CMS ?
 - Avantages de WordPress
 - WordPress.com vs WordPress.org
- **Hébergement et domaine avec O2Switch**
 - Choix et achat du nom de domaine
 - Configuration de l'hébergement O2Switch
 - Configuration DNS et pointage
 - Certificat SSL
- **Installation WordPress**
 - Installation via cPanel/Softaculous
 - Configuration initiale
 - Première connexion à l'administration
- **Configuration de base WordPress**
 - Réglages généraux
 - Permaliens
 - Gestion des utilisateurs et rôles
 - Sécurité de base
- **Introduction aux thèmes**
 - Comprendre les thèmes WordPress
 - Installation du thème Flatsome
 - Activation et configuration initiale

2. WooCommerce & Structure

• Installation et configuration WooCommerce

- Installation du plugin WooCommerce
- Assistant de configuration
- Réglages généraux, produits, fiscalité
- Méthodes de paiement et livraison

• Plugins essentiels

- Plugins de sécurité (Wordfence/Sucuri)
- Plugins de sauvegarde
- Plugins d'optimisation
- Extensions WooCommerce utiles

• Maîtrise du thème Flatsome

- Interface UX Builder
- Création de pages avec les éléments Flatsome
- Personnalisation de l'en-tête et du pied de page
- Configuration du menu
- Responsive design

3. Contenu & Produits

- **Création et gestion de produits**

- Types de produits WooCommerce
- Produits simples, variables, groupés
- Images produits et galeries
- Catégories et étiquettes
- Gestion des stocks
- Produits en promotion

- **Design et expérience utilisateur**

- Personnalisation des pages boutique
- Page d'accueil attractive
- Pages produits optimisées
- Tunnel de commande

- **Contenus éditoriaux**

- Pages légales obligatoires
- À propos, contact
- Blog et articles

4. Introduction SEO & Analytics

- **SEO Technique**

- Installation et configuration Yoast SEO
- Optimisation des performances (cache, images)
- Structure des URLs
- Sitemap XML
- Robots.txt

- **Google Analytics & Search Console**

- Création des comptes Google
- Installation des codes de suivi
- Configuration des objectifs e-commerce
- Liaison Analytics/Search Console

- **SEO On-Page**

- Optimisation des titres et métadonnées
- Structure des contenus (H1, H2, H3)
- Optimisation des images (Alt, compression)
- Maillage interne
- Optimisation des fiches produits

- **Introduction au SEO Off-Page**

- Importance des backlinks
- Stratégies d'acquisition de liens
- Citations locales (si applicable)

5. Stratégie Web & Mise en Ligne

• Stratégie Web & Marketing Digital

- Définition des personas
- Stratégie de contenu
- Réseaux sociaux et e-commerce
- Email marketing (intégration Mailchimp/Brevo)
- Introduction au marketing automation
-

• Tests et optimisation

- Tests de fonctionnement
- Tests sur mobile
- Vitesse de chargement
-

• Mise en ligne et maintenance

- Migration du site de test vers production
- Configuration finale
- Sauvegarde et sécurité
- Plan de maintenance
-

• Mesure et amélioration continue

- Lecture des données Analytics
- KPIs e-commerce importants
- Tests A/B
- Optimisation continue

6. SEO (Référencement naturel) & Google

Search Console

– Rappel rapide des fondamentaux du SEO

- **Fonctionnement de Google** : Crawl, indexation, classement, algorithmes.

- **Importance des mots-clés** : Identification, pertinence, intention utilisateur.

- **Facteurs clés du SEO** :
 - Contenu : qualité, régularité, pertinence
 - Technique : accessibilité, vitesse du site, compatibilité mobile
 - Autorité : backlinks, réseaux sociaux, mentions

– Techniques avancées en SEO

• Audit SEO Technique approfondi :

- Utilisation d'outils tels que Screaming Frog, SEMrush, GTMetrix

- Identification des problèmes techniques (erreurs 404, balises manquantes, vitesse de chargement)

- Optimisation avancée (Core Web Vitals, schéma de données structurées, AMP)

• Optimisation de contenu avancée :

- Techniques de rédaction SEO avancées (contenu enrichi, optimisation sémantique)

- Méthode du cocon sémantique : structure et maillage interne efficace

- Techniques SEO on-page avancées : balises meta, balisage Hn, optimisation des images

– Google Search Console

• Présentation détaillée de Google Search Console :

- Navigation dans l'interface
- Suivi des performances (requêtes, CTR, positions moyennes)
- Gestion des erreurs (indexation, couverture, sécurité)

• Atelier pratique :

- Analyse de cas concrets à partir des données réelles de la cliente
- Identification d'opportunités d'amélioration SEO
- Élaboration d'un plan d'action concret et priorisé

– SEA (Google Ads) & Google Analytics

– Google Ads - Bases et configuration

• Principes de base du SEA :

- Fonctionnement et logique d'enchères
- Termes clés : CPC, CPA, CTR, Quality Score

• Paramétrage initial de Google Ads :

- Création d'un compte et paramétrage des campagnes

- Types de campagnes : réseau de recherche, Display, Shopping

- Sélection et optimisation des mots-clés

- Rédaction d'annonces efficaces

- Gestion initiale du budget et des enchères

– Google Ads - Techniques avancées et Google Analytics

• Techniques avancées SEA :

- Ajustements avancés des enchères selon la performance

- Ciblage précis : démographie, géolocalisation, intérêts, remarketing

- Amélioration continue du Quality Score : annonces, pages d'atterrissement, pertinence

• Prise en main approfondie de Google Analytics :

- Paramétrage et exploration des rapports essentiels

- Identification des KPIs clés (taux de rebond, temps passé, parcours utilisateur)

- Analyse des sources de trafic et du comportement des visiteurs

• Atelier pratique Analytics & Ads :

- Mise en pratique de l'analyse croisée Google Ads / Google Analytics

- Détection d'axes d'amélioration et actions correctives ciblées

- Élaboration d'une stratégie SEA pilotée par les données

– Conclusion

- **Synthèse finale** des deux journées

- **Session de questions/réponses personnalisée**