

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
 - Permalien
 - 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 méta-descriptions
 - 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'atterrissage, 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**