

Pilotage de la création d'un site Web :

Négocier sur un pied d'égalité avec son agence Web

Option A – Site vitrine - Option B – Site e-commerce

Au préalable :

Ce module de formation est destiné aux stagiaires qui ont pour mission de piloter la création d'un site internet pour leur entreprise. Le programme de formation sera ajusté en fonction du profil des stagiaires et du type de site à créer. (Site vitrine ou site e-commerce).

Objectifs de la formation :

- Définir un site web pertinent en phase avec les objectifs commerciaux de son activité.
- Gérer la création avec l'agence webmarketing.
- Faire vivre son site après la mise en ligne.

Public visé et pré-requis :

Dirigeant, responsable commercial ou communication en charge du développement de la communication sur internet.

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

Pré-requis : Avoir une bonne pratique de l'environnement informatique et de la navigation sur internet.

Méthode pédagogique :

Formation en présentiel avec un formateur.

Notre formateur, consultant depuis 4 ans en digital, marketing et vente s'appuie sur une expérience terrain comme Webmarketer et Directeur de la communication.

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.

Evaluation :

QCM d'évaluation des acquis à la fin de chaque module ou mises en situations (TP).

Durée :

2 jours soit 14 heures de formation.

Lieu de formation :

Vannes.

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

Programmes

Option A : Piloter la création d'un site vitrine :

1. Rechercher un nom de domaine disponible et efficace + l'hébergement
2. Définir le contenu
3. Organiser le contenu : l'arborescence et la navigation
4. Définir le cahier des charges pour l'agence web
5. L'échange avec l'agence web
6. Administrer le site au quotidien : créer une page et un article, ajouter du texte et des médias, paramétrer les fonctionnalités
7. Optimiser l'expérience client : prendre en compte le relationnel et l'émotionnel, définir les points de contacts, créer le parcours de vente en ligne
8. Promouvoir le site web à son lancement : à faire / à bannir
9. Optimiser le site après le lancement
10. Mettre à jour le site

Option B : Piloter la création d'un site e-commerce :

1. Rechercher un nom de domaine disponible et efficace + l'hébergement
2. Définir le contenu
3. Organiser le contenu : l'arborescence et la navigation
4. Définir le cahier des charges pour l'agence web
5. L'échange avec l'agence web
6. Administrer le site au quotidien : créer une page et un article, ajouter du texte et des médias, paramétrer les fonctionnalités
7. Optimiser l'expérience client : prendre en compte le relationnel et l'émotionnel, définir les points de contacts, créer le parcours de vente en ligne
8. Gérer les moyens de paiements
9. Sécuriser le site
10. Promouvoir le site web à son lancement : à faire / à bannir
11. Optimiser le site après le lancement
12. Mettre à jour le site

Pour aller plus loin....

- Parcours de formation de 7 jours : **Stratégie et techniques du webmarketing**
- Parcours de formation de 8 jours : **Stratégie et techniques des réseaux sociaux**
- Parcours de formation **Suite Adobe** (*Photoshop, Indesign, Illustrator.*)