

2024 Formation COMMERCIALISATION digitale

Module 1 - BASES INTERNET

Bucheeco47

INTRO



2024 Formation COMMERCIALISATION digitale
MODULE n° 1 – les bases d'une communication
digitale professionnelle (3j)

OPEN POST

2024 Formation COMMERCIALISATION
digitale (49h)

ROUTE TO BUSINESS
574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anais@route2business.fr
Tel: +33478725264

Formation COMMERCIALISATION digitale : les outils informatiques

La stagiaire a besoin d'avoir une communication internet fonctionnelle, pour développer la vente pour les particuliers.

Le site actuel n'est plus maintenu ni maintenable, or, être présent et visible sur Internet est aujourd'hui incontournable. Mais Internet se révèle être un outil complexe et recèle une multitude de facettes. Il est donc capital de maîtriser l'image de l'entreprise sur Internet, grâce à des outils pérennes. Cette formation doit y contribuer.

Ensuite, les modules sur le marketing naturel et social lui permettront d'être capable de développer l'activité de l'entreprise, en la faisant connaître.

Être présent et visible sur internet pour pouvoir vendre en ligne est une priorité.

L'entreprise BUCHECO est à l'initiative de la demande de formation.

Objectif Général :

L'objectif est de permettre aux responsables de communication, de maîtriser l'utilisation d'internet afin d'avoir un outil de communication efficace au développement économique de l'entreprise. La formation doit permettre à la stagiaire d'élaborer et mettre en place une stratégie professionnelle commerciale en ligne (marketing digital, grâce à l'informatique et internet [site, boutique, référencement et des réseaux sociaux]).

A la fin de la formation la stagiaire doit développer une stratégie professionnelle sur internet, faire vivre son site, gérer sa boutique en ligne, démarrer un référencement naturel pour développer l'activité de l'entreprise.

Durée: 49.00 heures (7.00 jours)

Avis clients :

Profil des stagiaires

- Tout professionnel qui souhaite prendre en main lui-même sa communication sur internet pour développer son activité économique en interne au sein de l'entreprise.

Prérequis

- Aucun

Objectifs pédagogiques

- Découvrir, choisir et utiliser les outils internet nécessaires pour développer son entreprise
- Organiser un catalogue de produits, avec paiement et livraison, et savoir gérer les commandes et leur facturation grâce à l'outil boutique WooCommerce
- Elaborer et mettre en place une stratégie professionnelle concrète de marketing digital

Contenu de la formation

Date de mise à jour du programme : 15/09/2024

ROUTE TO BUSINESS | 574 chemin de Wette Fays Caluire-et-Cuire 69300 | Numéro SIRET: 51120914100028 | Numéro de TVA intracommunautaire FR2451120914 | Numéro de déclaration d'activité: R091230009 (appartient au projet de région de: Rhône-Alpes)

Page 1 / 4

OPEN POST

I. Stratégie digitale

I. Stratégie digitale

OPEN POST

Comprendre et élaborer une stratégie digitale

Tour d'horizon internet et état des lieux de la communication digitale d'une entreprise

Identifier les opportunités liées à la digitalisation

Comprendre le marketing viral, le Buzz, le web 2.0

Rechercher les réseaux, forums, annuaires, sites concurrents correspondant au secteur d'activité

Développer les liens commerciaux et partenariats

Appréhender l'importance du référencement naturel et payant (SEO & SEM)

Questions / réponses

OPEN POST

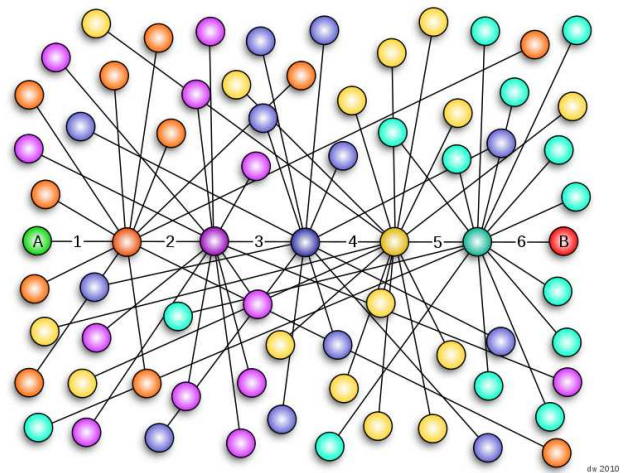
I.1 Les opportunités

PRATIQUE

1. Rechercher la différence entre un site internet, des forums, des RS ? (15 min)
2. Définir l'Intérêt de votre point de vue (15 min)
 - d'un site internet
 - des RS
 - des forums, annuaires ?
3. Lister les avantages et inconvénients de travailler avec (15 min)
 - d'un site internet ?
 - des RS
 - des forums, annuaires ?
4. Définir vos clients : âge, sexe, profession, etc... (15 min)

OPEN POST

LE SAVIEZ VOUS ? Six degrés de séparation — Wikipédia



Milgram - Le petit monde

En novembre 2011, Facebook publie, en partenariat avec l'Università degli Studi di Milano, une étude traitant, en partie, du sujet du petit monde. Celle-ci est basée sur un échantillon de 721 millions de personnes (soit l'ensemble des utilisateurs du réseau social, à cette époque). On y apprend que, désormais, chaque personne est reliée en moyenne par une chaîne de 4,74 relations à n'importe quelle autre (https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89tude_du_petit_monde)

OPEN POST

I.1 Les opportunités

OPEN POST

B) Pourquoi est ce une DROGUE ? La dépendance aux RS : Dopamine



" Toutes ces applis sont conçues pour te rendre complètement addict en activant dans ton cerveau la molécule responsable du plaisir, de la motivation et de l'addiction... la dopamine !"

OPEN POST

D) Utiliser les réseaux sociaux dans un processus de vente : le SOCIAL SELLING



En 2022, en France, on compte 52,60 millions d'utilisateurs, soit 80,3 % de la population. On note qu'1 consommateur sur 3 se rend sur les réseaux sociaux pour en apprendre plus sur une marque ou une entreprise.

OPEN POST

E) Les générations de nos consommateurs

BABY BOOMERS	
--------------	--

A) Un peu d'HISTOIRE

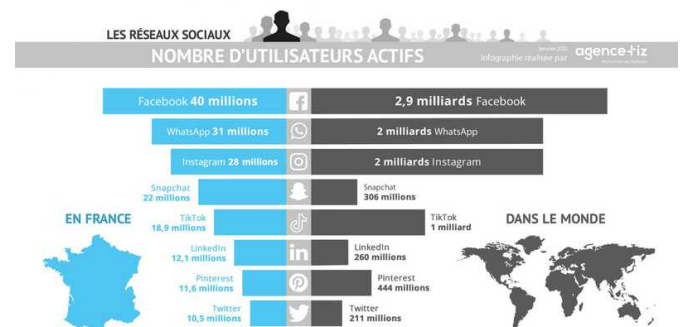
Les réseaux sont des révélateurs de qui nous avons toujours été ... des communicants !

En plus poétiques le paleofutur :

<https://www.cerpeg.fr/videos/blog-numerique/Paleofutur-ReseauxSociaux.mp4>

OPEN POST

C) Quelques CHIFFRES



OPEN POST

GÉNÉRATION X	GÉNÉRATION Y	GÉNÉRATION Z
Née entre 1960 et 1980, dite «génération du baby bust», elle fait le pont entre les «baby boomers» et les «millennials». Entrés dans la cinquantaine, les «GenXers» sont ceux à qui l'ont demandé la plus grosse part des sacrifices pour équilibrer les régimes sociaux, notamment la retraite. Ils sont aussi ceux pour qui la perte ou le changement d'emploi représente le plus grand risque.	Née entre 1980 et 1995, année de l'apparition de l'internet, celle des «digital natives» ou des «Peter Pan». On la présente parfois comme la «génération sacrifiée» parce qu'elle est parvenue à l'âge de trouver un emploi et de fonder une famille en pleine crise.	Née après 1995, elle est ouverte sur le monde. Près de 70% de la génération Z est prête à travailler à l'international, selon une enquête menée par le Boston Project et BNP Paribas.
+ - Expérience - Loyauté - Sens de l'autorité et de la hiérarchie - Esprit de compétition - Organisation - Capacité d'innovation managériale - - Faible capacité de communication - Manque de transparence - Conception pyramidale de l'entreprise - Parfois techno-exclue	+ - Pas de résistance au changement - Forte capacité d'adaptation - Forte autonomie - Facilité d'apprentissage - Envie d'entreprendre - Parfaite maîtrise des outils technologiques - Ouverture d'esprit - - Sens relatif de la hiérarchie - Instabilité - Egocentrisme - Faible engagement collectif - Moindre inventivité - Prédominance du donnant-donnant - Forte exigence d'équilibre vie privée/vie professionnelle	+ - Sens des valeurs - Vision internationale - Totale transparence - Rapidité de pensée et d'action - Originalité - Soif d'entreprendre - Fonctionnement en réseau - - Défiance vis-à-vis de l'entreprise - Impatience - Exigence - Dispersion - Concurrence de la future génération alpha

<https://madein.co/blogue/strategie/generations-x-y-z-et-boomers-qui-sont-ils-et-comment-consomment-ils/>

<https://www.journalducm.com/generations-x-y-z/>

[OPEN POST](#)

SITE INTERNET vs RESEAUX SOCIAUX



[OPEN POST](#)

I.2 Marketing Viral, buzz, web2

PRATIQUE : le MARKETING (1h)

1. **POURQUOI** : Quels sont les objectifs ? Quelles sont les motivations ?
2. **QUI** : Quelle est la cible ? Qu'est ce qui la définit ?
3. **QUOI** : Quel positionnement et quel message l'entreprise souhaite-t-elle délivrer ?
4. **COMMENT** : Par quels moyens compte-t-elle agir ?
5. **QUI** : Qui sera le messenger de l'entreprise ?
6. **COMBIEN** : Quels sont les moyens financiers et humains de l'entreprise ?
7. **OU** : Sur quels réseaux se positionner ?

Quelle campagne peut on lancer dans votre entreprise?

OPEN POST

NB

1. Choisir la cible qui permettra la viralité
2. Construire un message pour la cible qui sera captivant et divertissant
3. Choisir et sélectionner des contacts de manière légale (achat ou location de fichier)
4. Continuer à entretenir le Buzz

OPEN POST

I.2 Marketing Viral, buzz, web2 et 3

OPEN POST

B) Qu'est-ce que le web 3.0 ?



Introduction L'histoire du web a débuté dans les années 1990, bien après l'avènement d'Internet. Bien que souvent confondu avec le terme "Internet", le

OPEN POST

A) Web 2.0 : web social

C'est notamment le cas de l'Internet, qui depuis les années 2000 a pris une place de plus en plus importante au sein des stratégies de communication. D'abord considéré comme un outil de bas niveau, Internet a depuis bouleversé les pratiques de communication. En devenant un média à part entière, il ne s'agit plus d'intégrer internet dans les outils de communication traditionnelles, mais souvent bien l'inverse (Menvielle et al., 2002). Ainsi, avec l'avènement des technologies Web 2.0 sur internet, on assiste à un changement radical des pratiques traditionnelles et à l'émergence de nouvelles formes de communication non plus unilatérale mais plurilatérale.

Grâce au Web 2.0, l'internaute a enfin la possibilité de **pouvoir s'exprimer** en toute liberté sur la sphère internet

L'émergence du Web 2.0 a également favorisé l'émergence de **communautés de passionnés**, souvent prêtes à participer au développement de produits et services en relation avec leur centre d'intérêt.

Le Web 2.0 autorise une communication non seulement **réciroque mais multiple**, entre des internautes qui ne sont plus uniquement des cibles mais des relais (Ruet-Guyot, 2009) D'après Ruet-Guyot (2009, p.60), « les réseaux sociaux comptent parmi les **plus spectaculaires phénomènes de popularité** sur le Web 2.0 ».

OPEN POST

C) BUZZ

Le buzz est une information ou un événement qui devient viral sur le web. Il peut s'agir d'une photo, d'un article ou d'une vidéo.

Les différents types de buzz sur internet

Pour qu'un buzz marche, il faut donner aux internautes quelque chose à mettre sous les dents. Le plus connu est le buzz controversé qui parle le plus souvent des sujets tabous. Cependant, la manière de l'aborder doit être choisie avec soin. Le buzz controversé nécessite une préparation et une documentation. Le sujet doit également être assez important.

Le buzz sous forme de secret marche à tous les coups. Il est très pratique et obtient toujours une réussite. Tout le monde aime le secret et si vous préparez la manière à laquelle vous allez le dévoiler, vous gagnerez l'intérêt des internautes. Les non-dits et les prochaines révélations les poussent à en parler et à relayer l'information.

Les sujets comiques et bizarres obtiennent également des réactions auprès des internautes. Plus ils sont bizarres dans le genre original, plus ils gagnent en partage et en réaction. Certaines célébrités optent même pour le clash pour faire parler d'elles sur internet. Pour les magazines peuples, leur buzz consiste à obtenir une info exclusive sur la vie d'une star quelconque.

***Le buzz négatif autour d'une marque peut être dans certains cas positif. Plusieurs raisons peuvent expliquer cela :

▲ Le buzz négatif prouve un intérêt porté à une marque : Faire l'objet de buzz même négatif, revient à faire parler de la marque. Cette manifestation de la part des internautes montre ainsi qu'ils sont prêts à en parler et qu'ils portent donc un intérêt à cette marque.

▲ La marque a alors la possibilité de montrer sa capacité de réaction : Suite à un buzz négatif, Free a mis en place un compte Twitter (LaLigneDeFree) qui, associé avec une veille en temps réel de ce qui est publié sur Twitter, réagit en prenant contact avec les personnes qui ont un problème de Freebox, de facturation etc.... Free a pu donc calmer la situation auprès des clients mécontents, le temps de trouver une solution

OPEN POST

D) Marketing Viral

Il s'agit de faire diffuser le message par la cible, telle un virus.

L'effet recherché par ce type de campagne est la propagation du buzz par les destinataires de l'offre commerciale. Ces campagnes se matérialisent généralement sous forme de vidéos, d'images ou de jeux concours. De nos jours le marketing viral marche de mieux en mieux grâce au développement des réseaux sociaux qui ont permis de simplifier le partage entre les consommateurs.

Les outils :

- e-mailing
- jeu concours
- campagnes de vidéos virales

Techniques de marketing viral

1. Appel aux sentiments et aux émotions
2. Évitez la publicité directe
3. Offrez quelque chose gratuitement
4. Connectez le marketing viral à votre marque
5. Adressez-vous aux partenaires et experts de votre secteur
6. Engagez des célébrités

OPEN POST

Stratégies de marketing viral

1. Placez des boutons de partage social à côté de votre appel à l'action
2. Motiver à acheter
3. Donnez une chance de recommander un produit
4. Attirez avec une réduction
5. Donner une chose de valeur pour partage

MARKETING VIRAL : Campagne, Exemple, Buzz, Définition



Retrouvez dans cette rubrique des exemples de campagnes marketing viral déployées par les agences, des documents et articles de définition...

OPEN POST

10 exemples de campagnes de marketing viral - Codeur Blog



80% des entreprises en ligne utilisent les techniques du marketing viral. Une stratégie qui consiste à diffuser une information forte sur une marque, un produit ou un service, dans le but d'obtenir un engagement rapide. L'objectif du marketing viral est de générer, dans un court laps de temps, une très forte notoriété et un volume [...]

OPEN POST

I.3 Forums, annuaires, partenaires

PRATIQUE (1h)

1. Trouver et s'inscrire sur les forums et annuaires
2. Trouver des partenaires
3. Identifier et analyser vos concurrents
4. Tour de table

OPEN POST

I.2 Forums annuaires, partenaires

OPEN POST

Dupin (2010) propose de les différencier de la façon suivante :

- ▲ Les réseaux sociaux reposent sur un lien social,
- ▲ Les médias sociaux reposent sur l'ensemble des sites proposant une interaction sociale

OPEN POST

II. Site internet

II. Site internet

OPEN POST

Je choisis un BLOG ou un SITE ?



Dans cet article, Youdemus vous explique ce qu'est un blog et en quoi il diffère d'autres types de sites internet.

OPEN POST

II - Le site internet au cœur de la stratégie digitale

Prise en main d'un site internet vitrine

Visualiser la structure d'un site
Interface du tableau de bord
Gestion des contenus
création de pages et/ou articles
maj menus
pied de page
Médias : photos, etc ...
Obligations légales
Questions / réponses

OPEN POST

8 différences entre un SITE internet et un RESEAU social - 1FORMANET



Quand vous êtes un professionnel, et que vous ne savez pas comment choisir votre outil de communication sur internet, quelques critères peuvent aider à définir vos priorités. Voici un aperçu non exhaustif qui peut vous donner quelques clés. Site internet Réseaux VISIBILITE Eternelle Ephémère IMAGE Professionnelle Humaine DESIGN Personnalisé Standard CONTENU M'appartient Appartient aux réseaux... Lire la suite

OPEN POST

II.1 WEB et SITE internet

Lister les différents types de site - Ici

- site marchand
- site vitrine / blog

OPEN POST

EXERCICE 2 : je dessine ma page d'accueil (30')

1. En tete
2. Menu
3. Bas de page
4. Barre latérale (ou pas)
5. Contenu (ébauche)

Nb: cf onglet 4

OPEN POST

EXERCICE 1 : rechercher un/des sites concurrents et repérer (15')

1. En tete
2. Menu
3. Bas de page
4. Barre latérale

OPEN POST

II.1 Web et Site internet

[OPEN POST](#)

FORMATION site internet : composition - 1FORMANET



Sylvie Schneider - 4 petite rue des fossés - 47800 La Sauvetat du Dropt

[OPEN POST](#)

FORMATION site internet : voici la structure d'une page web



Quand vous créez votre site internet, une étape importante est la conception générale des pages de votre site.

Une page web est composée de différents éléments : en-tête, pied de page, contenu, barre latérale, menu(1 à plusieurs, placés à différents endroits) 1. L'entete (header) peut contenir un logo, une image, un diaporama. On le retrouve... Lire la suite

[OPEN POST](#)

II.2 CAHIER DES CHARGES bases

Que doit-on trouver dans un cahier des charges ?

En fonction de la complexité de votre projet, le cahier des charges à produire sera plus ou moins détaillé, les quelques informations suivantes sont indispensables pour tous les **types de sites internet** :

- 🕒 Qui êtes vous ? Vos coordonnées complètes, vos activités, vos produits, vos services...
- 🕒 Est-ce une création ou une **refonte de site internet** ?
- 🕒 Le ou les objectifs de votre présence sur internet, à quoi va servir votre site internet ?
- 🕒 Le **type de site internet** (*e-commerce, site vitrine, site institutionnel, CV, etc...*)
- 🕒 Le public ou les publics ciblés,
- 🕒 Votre identité visuelle si elle existe, des lignes directrices en terme de design,
- 🕒 Les contenus texte, photo, et vidéo que vous voulez mettre en ligne.

OPEN POST

EXERCICE 2 - EXEMPLES (15') + Tour de table (15')

Trouvez 2 sites dans votre domaine d'activité et listez leurs points forts sur internet, puis réajustez vos objectifs/ besoins

OPEN POST

EXERCICE 1- OBJECTIFS (15')

Pourquoi un site internet : postez vos objectifs, les internautes ciblés, les fonctionnalités souhaitées, etc ...

OPEN POST

EXERCICE 3 - Bases du CC (20')

Remplir la partie 1 du cahier des charges simplifié à télécharger [ICI](#)

OPEN POST

II.2.1 CAHIER DES CHARGES bases

OPEN POST

Exemple

EXERCICE 1)

Je suis viticultrice, je souhaite présenter le domaine par de beaux visuels, informer sur nos vins, proposer des recettes à base de vin, avoir une boutique en ligne.

J'aimerais avoir une traduction français / anglais, et que les visiteurs puissent proposer des recettes.

J'organise des visites du chai, alors il faudrait une géolocalisation.

EXERCICE 2)

- domaine viticole xxx : j'aime leur design
- domaine viticole yyy : j'aime l'organisation du site

OPEN POST

II.3 CC : éléments GRAPHIQUES

EXERCICE - GRAPHISME (30')

Choisissez 3 couleurs et ajoutez les dans votre cahier des charges (partie 2)

et postez vos éléments visuels (logo, banniere, flyer ...)

OPEN POST

OUTIL : La roue chromatique de color.adobe.com

OPEN POST

OUTIL : Support Formation Identite Visuelle A TELECHARGER



OPEN POST

II.3 CAHIER DES CHARGES graphisme

OPEN POST

TEMPS LIBRE : REPERAGE de sites (design, contenu, fonctionnalités), PREPA textes et images

OPEN POST

Graphisme et internet - 1FORMANET



N'étant pas graphiste, mais simplement une informaticienne, c'est avec application que je suis les préceptes des graphistes qui m'entourent lorsque je crée un nouveau site internet. Ainsi, au niveau du choix des couleurs, je m'inspire de la symbolique des couleurs ou de l'image choisie en bannière pour définir ma couleur de base. Sachant que mon... Lire la suite

OPEN POST

II.4 CC : mots CLES

EXERCICE 1 (5') -
expérimenter Google suggest : une
recherche sur le moteur de recherche
Google, plusieurs informations s'affichent
de manière automatique avant que vous
n'ayez fini la saisie

-> poster une copie d'écran

OPEN POST

EXERCICE 3 (10')- analyser vos
concurrents : qui sont les sites qui sortent
sur vos mots clés ? sont ils nombreux ?
sont ils anciens ? qu'est ce qui les
distingue ?

OPEN POST

EXERCICE 2 (5') - comparer les termes avec
Google Tendance (<https://trends.google.fr/trends/?geo=FR>)

-> poster une copie d'écran

OPEN POST

EXERCICE 4 (10')- réfléchir aux 3 mots clés
que vous taperiez pour trouver votre
collègue ; utilisez Google Suggest et
Google Trends
Puis renseignez le cahier des charges avec
vos 3 mots clés

OPEN POST

II.4 CAHIER DES CHARGES mots clés

OPEN POST

Un exemple de MOTS CLES

"Epicerie Vrac Local"

<https://www.vracetlocal-allemans.fr/>

OPEN POST

FORMATION site internet :

REFERENCEMENT combien de mots clés ?



Une étape importante lors de la création d'un site internet est le choix des mots clés. 200 ou 3 ? D'après mon expérience le mieux est de partir sur une base solide et réaliste. Lors d'une construction de site, je propose d'en sélectionner d'abord 3 ou 4, très ciblés. En effet nous sommes submergés par... Lire la suite

OPEN POST

II.5 Domaine et hébergeur

EXERCICE 1 - choisissez son nom de domaine, en vérifiant sa disponibilité, puis renseignez le CC

OPEN POST

- [Domain Tools](#) : Cela vous permet de rechercher un nom disponible.
- [DomainTyper](#) : un outil qui cherche en direct les noms de domaines disponibles au fur et à mesure que vous tapez des mots clés

OPEN POST

EXERCICE 2 - poster votre nom de domaine

OPEN POST

II.5 DOMAINE & HEBERGEMENT

OPEN POST

FORMATION site internet : nom de domaine - 1FORMANET



Le nom de domaine représente votre identité sur internet, et il peut être judicieux de passer un peu de temps sur le sujet, en farfouillant sur la toile, ou en vous formant sur le sujet. Le nom de domaine permet d'identifier votre activité et de se différencier des concurrents. Le nom de domaine est celui... Lire la suite

OPEN POST



OPEN POST

II.6 CONTENU site

EXERCICE 1 - décrivez l'arborescence des pages (votre menu)

EXERCICE 2 - préparez la maquette, le texte de votre page d'accueil et trier les photos que vous souhaitez utiliser

EXERCICE 3 - préparez le texte et images des autres pages
(ne pas oublier les Mentions légales, les CGV)

EXERCICE 4 - lister les fonctionnalités du site et les ajouter au cahier des charges

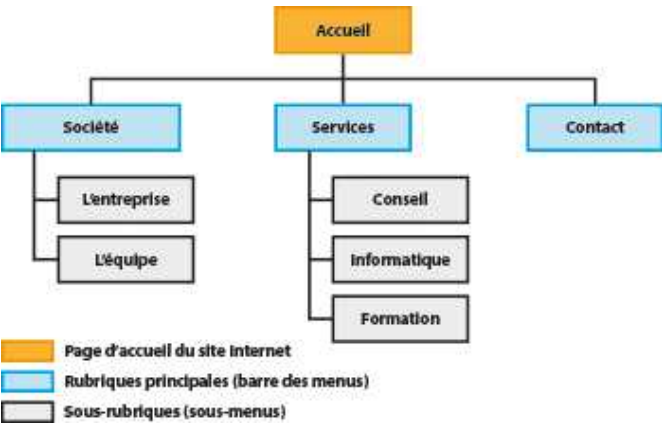
PS : voir taille et poids des images en annexe

OPEN POST

II.6 CONTENU DU SITE

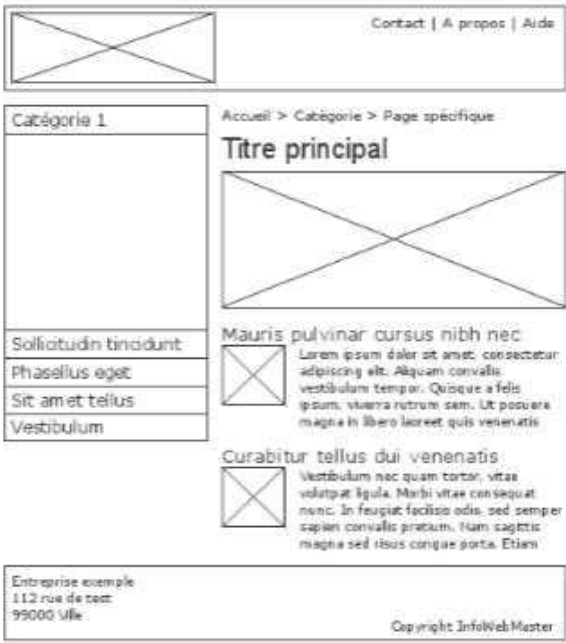
OPEN POST

Arborescence du site (menus)



OPEN POST

Détails de la page d'accueil



OPEN POST

SITE INTERNET : 10 règles d'ergonomie - 1FORMANET



Un site clair et lisible, agréable à parcourir contribue à accrocher le lecteur. Et donc à atteindre vos objectifs (informer ? vendre ? fidéliser ? ...) Cet article est une reprise du site Design web, dont le contenu n'est plus consultable. évitez les textes soulignés : sur le Web, un mot ou une expression... Lire la suite

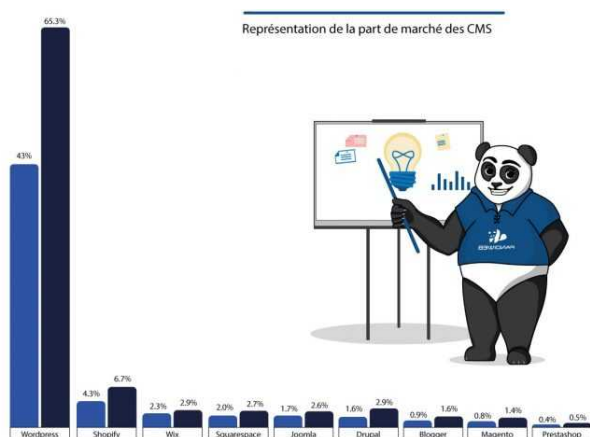
OPEN POST

III.1 WORDPRESS

III.1 WORDPRESS

OPEN POST

Pourquoi WORDPRESS et pas un autre pour mon site internet : 3 points clés



QUI ? Qui l'utilise ? C'est un outil professionnel : tous les grands groupes l'utilisent, et c'est le numero 1 mondial des logiciels de création de sites internet. Mais son côté gratuit, opensource en fait en réalité un choix parfait pour tout le monde. Selon W3Techs, WordPress fait tourner 43% de tous les sites web... Lire la suite

OPEN POST

WORDPRESS : Zoom sur 8 sites célèbres



Chaque année avec la création de nouveaux sites, WordPress continue à se répandre parmi les sites professionnels. Voici quelques exemples actuels de son utilisation de par le monde, en France, et localement en Aquitaine 1.Les Rollings Stones On ne les présente plus, et leur site très punchy est un joli exemple. 2.LVMH Quand la... Lire la suite

OPEN POST

[cms \[Wiki ubuntu-fr\]](#)



Un CMS (pour l'anglais Content Management Systems, parfois appelé en français SGC pour Système de Gestion de Contenu), est un logiciel destiné à la conception et à la mise à jour de sites web dynamiques.

OPEN POST

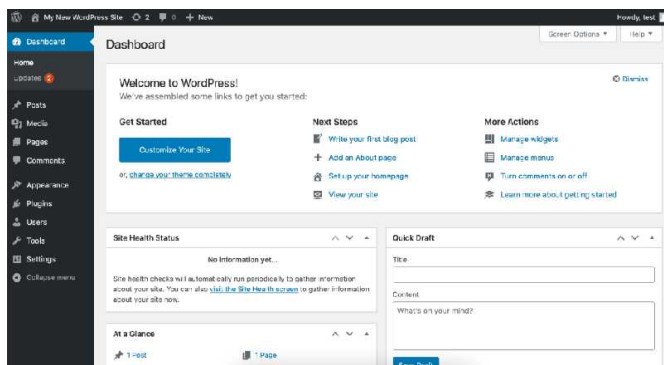
[.org ou .com](#)



Selon que vous utilisez [WordPress.com](#) ou [WordPress.org](#), découvrez qui contacter pour obtenir une assistance technique.

OPEN POST

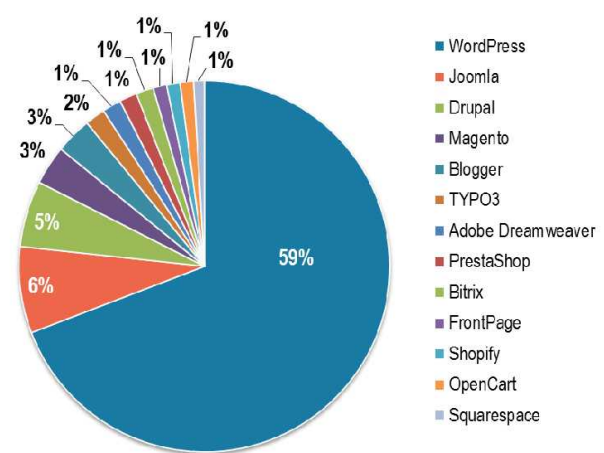
Premiers pas avec WordPress – WordPress en Français



premiers pas

OPEN POST

Création de sites web - Les logiciels de création



Source : W3techs

Un fichier HTML par page qui contenait la structure HTML et le contenu de la page

OPEN POST

WORDPRESS : les bases - 1FORMANET



Voici comment débuter sur wordpress, et comprendre le fonctionnement général de cet outil, grâce à la sélection de quelques tutoriels vidéo très clairs. 1- Présentation du tableau de bord L'accès au tableau de bord se fait via l'url de votre site : <https://monsite.fr/wp-admin> Version rapide Version détaillée 2- Les pages et les articles Les pages... Lire la suite

OPEN POST

III.2 EDITION

III.2 EDITION

OPEN POST

WORDPRESS : le nouveau monde des blocs - 1FORMANET



Pour créer un contenu dans vos pages et articles, vous bénéficiez à présent du nouvel éditeur (Gutenberg) de wordpress. Pour résumer, l'interface de création a 2 zones principale: le contenu au centre la barre latérale de réglage à droite Dans la zone à droite, la barre de réglage bascule entre « Document » (si on veut... Lire la suite

OPEN POST

Contenu des pages/articles

- blocs
- liens
- images
- videos

OPEN POST

Les MEDIAS - 23'



OPEN POST

Annexes

AUTRES EXEMPLES de CAHIER DES CHARGES

[OPEN POST](#)

Cahier des charges site internet - Exemple PDF



Bien planifier un projet web est crucial. Voici comment rédiger un cahier des charges site internet, avec exemple en PDF à télécharger.

[OPEN POST](#)

Générateur de cahier des charges en ligne : idéal pour les freelances web !

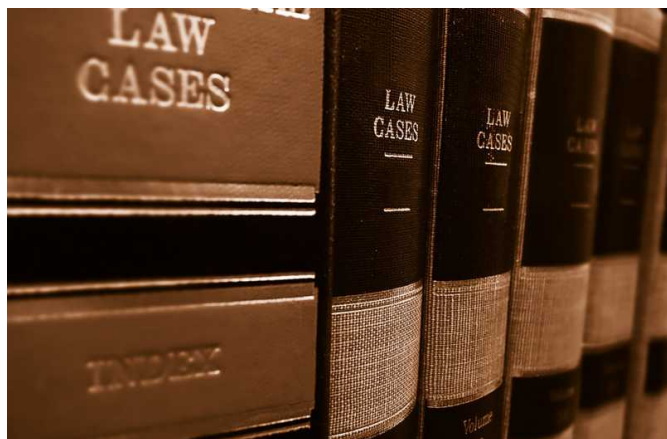
Rien de plus efficace que de réaliser un devis ou concevoir un site web à partir d'un cahier des charges. Générez-le en ligne !

[OPEN POST](#)

ANNEXES

OPEN POST

[SITE INTERNET : mentions légales, quel contenu pour un site professionnel en 2022 ? - 1FORMANET](#)



Pour avoir des mentions légales correctes, tout simplement, au minimum vous devez fournir une page mentionnant vos coordonnées et celles de l'hébergeur

OPEN POST

B) IMAGES

OPEN POST

[\[Vidéos&Podcast\] Des témoignages de pro](#)

Des organisations qui partagent leurs expériences du numérique Le magasin de jouet de Delphine Dans ce deuxième épisode, nos experts vi...

OPEN POST

TUTOS en ligne

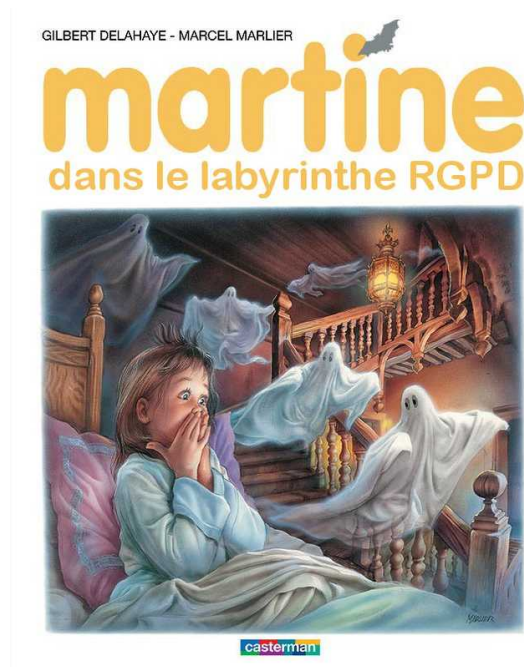
<https://wpmarmite.com/tuto-wordpress/>
<https://www.tutowordpress.com/>
<https://wpformation.com/wordpress/>
<https://wpformation.com/apprendre-wordpress/>
<https://wpformation.com/un-site-wordpress-sans-rien-payer-est-ce-encore-possible-en-2020/>

OPEN POST

A) OBLIGATIONS LEGALES

OPEN POST

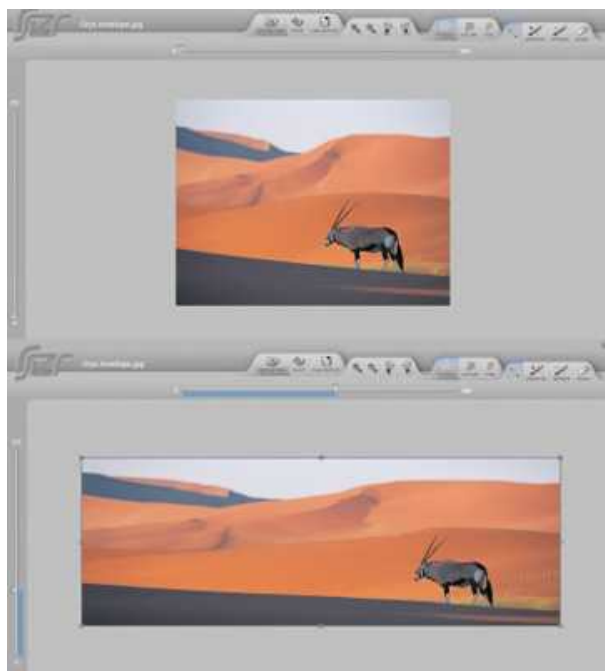
[RGPD : 7 étapes minimum pour mon site WORDPRESS - 1FORMANET](#)



Afin de renseigner mes clients, et d'être moi même au plus près de cette nouvelle législation, j'ai rédigé ce « guide » qui ne se prétend pas exhaustif, mais qui me semble correspondre aux obligations minimum d'un site WordPress. Toutes vos remarques, expériences, sont les bienvenues. Cette mise en place est laborieuse, et pour... Lire la suite

OPEN POST

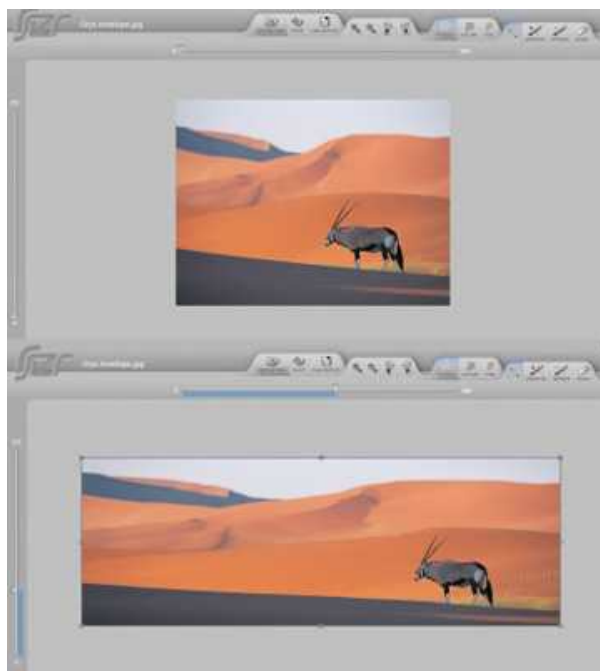
SITE INTERNET : retailer ses images pour le web - 1FORMANET



Pour le web, le poids, la qualité, la taille des images sont importantes. 1/ Choisir une largeur d'image inférieure ou égale à 1024 px 2/ Enregistre en jpg, ou png 3/ Vérifier le poids du fichier : inférieur à 100 ko si possible ... Des sites faciles pour réaliser cela en ligne : 10... Lire la suite

OPEN POST

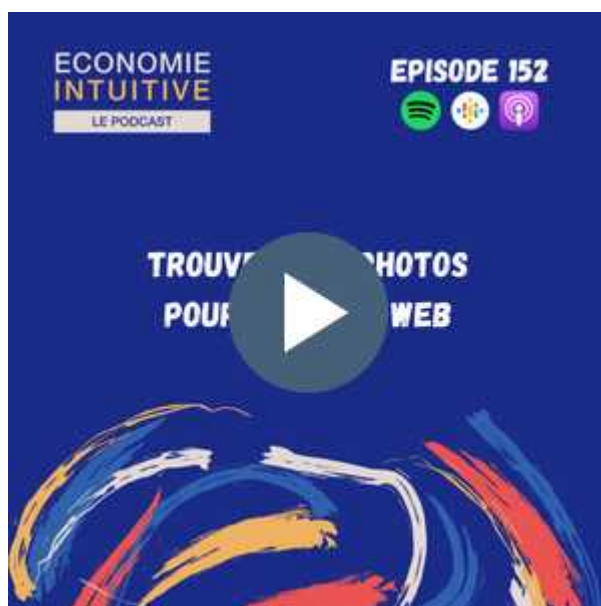
SITE INTERNET : retailer ses images pour le web - 1FORMANET



Pour le web, le poids, la qualité, la taille des images sont importantes. 1/ Choisir une largeur d'image inférieure ou égale à 1024 px 2/ Enregistre en jpg, ou png 3/ Vérifier le poids du fichier : inférieur à 100 ko si possible ... Des sites faciles pour réaliser cela en ligne : 10... Lire la suite

OPEN POST

152. Où trouver des photos pro pour mon site ?



OPEN POST

Comment protéger les images de son site internet ? - 1FORMANET



Parce que vos images sont belles, parce que chaque site doit être unique, il est intéressant de se protéger un peu ...

[OPEN POST](#)

AVANTAGES

Lister vos avantages d'avoir un SITE internet

- communication et visibilité
- pas besoin d'avoir un compte sur un RS pour y accéder
- un accès permanent aux informations
- lister/cataloguer
- plus organisé
- permet un retour des internautes via les commentaires
- témoignages des adhérents
- être propriétaire des commentaires
- une vitrine qu'on maîtrise
- plus performant en fonctionnalité
- être propriétaire de ses avis
- maîtriser sa visibilité sur une page
- accès membres

OPEN POST

Links

#	Summary	Type	Link
1	2024 Formation COMMERCIALISATION digitale (49h)	Document/ Media	https://netboardme-cf1.s3.amazonaws.com/published/69852/files/af28b240a43fb14c811b1f007dcc899f.pdf
2	LE SAVIEZ VOUS ?Six degrés de séparation — Wikipédia	Link	https://fr.wikipedia.org/wiki/Six_degr%C3%A9s_de_s%C3%A9paration
3	B) Pourquoi est ce une DROGUE ?La dépendance aux RS : Dopamine	Link	https://www.arte.tv/fr/videos/085801-009-A/dopamine/
4	C) Quelques CHIFFRES	Photo	https://netboardme-cf1.s3.amazonaws.com/published/69852/files/37123bf8b345469a4bc3d292026991f9.jpg
5	D) Utiliser les réseaux sociaux dans un processus de vente : le SOCIAL SELLING	Link	https://www.fevad.com/social-selling-les-reseaux-sociaux-au-service-des-e-commerçants-en-2022/
6	SITE INTERNET vs RESEAUX SOCIAUX	Photo	https://netboardme-cf1.s3.amazonaws.com/published/69852/files/48f9915aa69c449ce09c43f1f47055d2.jpg
7	B) Qu'est-ce que le web 3.0 ?	Link	https://coinacademy.fr/academie/qu-est-ce-que-web-3-0/
8	MARKETING VIRAL : Campagne, Exemple, Buzz, Définition	Link	https://www.marketing-etudiant.fr/marketing-viral-exemple.html
9	10 exemples de campagnes de marketing viral - Codeur Blog	Link	https://www.codeur.com/blog/exemples-marketing-viral/
10	Je choisis un BLOG ou un SITE ?	Link	https://www.youdemus.fr/services/creation-site-internet/difference-entre-blog-et-site-internet/
11	8 différences entre un SITE internet et un RESEAU social - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/formation-informatique/8-differences-entre-un-site-internet-et-un-reseau-social/#page-co
12	FORMATION site internet : voici la structure d'une page web	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/formation-site-internet/
13	FORMATION site internet : composition - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/formation-site-internet-composition/
14		Photo	https://netboardme-cf1.s3.amazonaws.com/published/69852/files/917791c6e339c580b3168a1efac09256.png
15	OUTIL : La roue chromatique de color.adobe.com	Link	https://color.adobe.com/fr/create/color-wheel
16	OUTIL : Support Formation Identite Visuelle A TELECHARGER	Document/ Media	https://1formanet.com/wp-content/uploads/2018/02/support-formation-Identite-visuelle-AGP24.pdf

17	Graphisme et internet - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/formation-informatique/tuto-informatique/graphisme-et-internet/
18	FORMATION site internet : REFERENCEMENT combien de mots clés ?	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/referencement-combien-de-mots-cles/#page-co
19	FORMATION site internet : nom de domaine - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/formation-site-internet-nom-de-domaine/
20	SITE INTERNET : 10 règles d'ergonomie - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/formation-informatique/tuto-informatique/site-internet-10-regles-dergonomie/
21	cms [Wiki ubuntu-fr]	Link	https://doc.ubuntu-fr.org/cms
22	Pourquoi WORDPRESS et pas un autre pour mon site internet : 3 points clés	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/pourquoi-wordpress-et-pas-un-autre-pour-mon-site-internet-3-points-cles-en-2022
23	.org ou .com	Link	https://www.youdemus.fr/services/assistance-wordpress/comment-contacter-wordpress/
24	WORDPRESS : Zoom sur 8 sites célèbres	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/wordpress-zoom-sur-8-sites-celebres-en-2022/
25	Création de sites web - Les logiciels de création	Link	https://webetu.net/creaweb/wordpress.html#p3
26	Premiers pas avec WordPress – WordPress en Français	Link	https://fr.wordpress.org/support/article/first-steps-with-wordpress/
27	WORDPRESS : les bases - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/formation-informatique/tuto-informatique/wordpress-les-bases/
28	WORDPRESS : le nouveau monde des blocs - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/tuto-informatique/wordpress-le-nouveau-monde-des-blocs/
29	Les MEDIAS - 23'	Video	https://youtu.be/YqtUSCNtkLk
30	Générateur de cahier des charges en ligne : idéal pour les freelances web !	Link	https://la-webeuse.com/cahier-des-charges/
31	Cahier des charges site internet - Exemple PDF	Link	https://www.welko.fr/cahier-des-charges-site-internet/
32	SITE INTERNET : mentions légales, quel contenu pour un site professionnel en 2022 ? - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/formation-informatique/tuto-informatique/site-internet-mentions-legales/
33	RGPD : 7 étapes minimum pour mon site WORDPRESS - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/rgpd-7-etapes-minimum-pour-mon-site-wordpress/
34	SITE INTERNET : retailer ses images pour le web - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/site-internet-retailer-images-web/#page-co
35	[Vidéos&Podcast] Des témoignages de pro	Link	http://cerpeg.fr/cerpeg/index.php/ressources/outils-numeriques/423-

			digitalisation-organisations?tmpl=component&print=1
36	152. Où trouver des photos pro pour mon site ?	Document/ Media	https://open.spotify.com/episode/7IamuYWe130h6cSGqll82t?si=f66106a9d9be4e2a&nd=1
37	Comment protéger les images de son site internet ? - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/comment-protoger-les-images-de-son-site-internet/
38	SITE INTERNET : retailer ses images pour le web - 1FORMANET	Link	https://1formanet.com/creation-site-internet/site-internet-retailer-images-web/#page-co