



Web &amp; digital

## W2 – Lancer la création ou la refonte de son site internet

Le site internet est le cœur du dispositif digital. Attractif, « responsive », bien référencé, avec un contenu « rich »... il est demandé des compétences en web stratégie, web développement et référencement tandis que Google pénalise fortement les sites mal conçus. Faire les bons diagnostics, choisir les prestataires, comprendre les données techniques... ayez toutes les cartes en main pour construire un site efficace !

### Méthode interactive

Théorie et cas pratiques

**2 Jours ou 14 H**

INTER: le groupe 1280 € HT (1 à 4 pers.)

INTRA: 900 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

*A la fin de la formation, le stagiaire saura initialiser la création d'un site internet, rédiger son cahier des charges et suivre le projet jusqu'à la mise en ligne*

### Itinéraire et contenu pédagogique :

#### Session 1 : 0,5 J

##### • Comprendre l'environnement du projet

Chiffres clés du web / Mobilité et nouveaux usages / Typologies des sites internet / Définition d'un site internet efficace / Le site internet au cœur du dispositif / Les grandes étapes du projet / Contexte législatif

##### • Initialiser sa réflexion stratégique

Contexte digital du secteur d'activité / Objectifs et contraintes du projet de site internet / Benchmarking de la concurrence web /

*Atelier : Réaliser l'étude stratégique de son site internet*

#### Session 2 : 0,5 J

##### • Arborescence et cahier des charges

Nom de domaine et modalités d'hébergement / Création de l'arborescence / Rédaction du cahier des charges / Typologie des prestataires et solutions techniques / Rétroplanning

*Atelier : Construire l'arborescence de son site*

### Objectifs

- Piloter un projet de site internet avec efficacité
- Analyser le contexte internet de son activité Définir les objectifs du site internet et identifier les publics
- Rédiger le cahier des charges : technique, contenu, fonctionnalités
- Se familiariser avec le référencement et la gestion de contenu web

#### Session 3 : 0,5 J

##### • Gestion du contenu des pages

Les différents types de contenu / Modélisation et hiérarchisation du contenu / Principales fonctionnalités / Eléments de réassurance / Bien choisir ses mots clés / Principes d'écriture des contenus web.

*Atelier : Comment choisir ses mots clés*

#### Session 4 : 0,5 J

##### • Faire venir des visiteurs sur mon site

Les leviers pour augmenter le trafic / Mesurer la performance de mon site : Google Analytics

##### • Erreurs à éviter et derniers conseils

Erreurs à éviter / Décrypter les devis /

#### Evaluation orale fin de formation

### Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste marketing/communication.

#### Prérequis

Etre à l'aise avec internet

#### Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.  
9h-12h et 13h-17h

**Organisation pédagogique :** Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

#### Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

#### Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur  
Apporter son PC portable ou sa tablette.

**Encadrement :** Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

#### Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

#### Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.