



NOS PROGRAMMES DE FORMATION
INTERNET

Sommaire :

Internet 1 jour.....	2
Apprendre à faire un site internet 3 jours	4
Apprendre à faire un site internet 5 jours.....	6
Apprendre à modifier un site internet 3 jours.....	8
Se vendre grâce à internet 3 jours.....	10
Se faire connaître grâce à internet 3 jours.....	13
E-mailing Initiation 3 jours.....	15



PROGRAMME DE FORMATION
INTERNET 1 JOUR

OBJECTIFS	Utiliser les ressources internet au quotidien et faciliter ses recherches. Connaître les services d'internet. Utiliser sa boîte mail.
PRE-REQUIS	Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	1/ Surfer sur internet <ul style="list-style-type: none">- Faire une recherche, élaborer une stratégie de recherche- Se déplacer de page en page grâce aux liens hypertexte- Mémoriser ses sites préférés par le biais du centre des favoris- Naviguer sur plusieurs pages simultanément pour être plus efficace- Nettoyer son historique de navigation, supprimer les cookies pour des raisons de confidentialité.- Copier/coller ou enregistrer une image ou un texte pour l'insérer dans un document Word- Utiliser sa boîte mail (envoyer un message simple à un ou plusieurs destinataires, joindre un document) 2/ Découvrir les sites les plus pratiques <ul style="list-style-type: none">- Les différents sites de service public pour obtenir des infos pratiques, télécharger des formulaires et faire ses déclarations en ligne- Les sites les plus « utiles »- Réaliser un itinéraire- Télécharger un logiciel (Google Earth)- Ecouter de la musique, regarder des vidéos- S'informer sur Wikipédia
DUREE	1 jour - 8 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateur spécialisé en bureautique
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5



DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Alternance d'exercices pratiques et d'exposés, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique. Mise à disposition d'un support aide-mémoire.
COÛT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
INITIATION APPRENDRE A FAIRE UN SITE INTERNET - 3 JOURS

OBJECTIFS	Définir et concevoir un site web. L'arborescence du site, contenu des pages, L'ergonomie, le nom de domaine, l'hébergement, le référencement.
PRE-REQUIS	Être à l'aise avec l'ordinateur, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites web.
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p>Jour 1 : Rappels sur le Web et le HTML Qu'est-ce qu'un site Internet, Intranet ? Structure d'une page, le titre, le corps, les caractères spéciaux, les liens, les images. Les différentes techniques de publication web, avantages et inconvénients. Quelle technologie choisir. Comprendre la structure d'un site Web L'organisation des pages, des fichiers et répertoires. Identifier les types de liens : liens relatifs et absolus, liens internes, vérifier les noms de chemin. Connaître les règles de nommage.</p> <p>Jour 2 : Les outils de publication dynamique Les sites dynamiques Les cms, le php, les bases mysql Découvrir le fonctionnement des interfaces et des formulaires de mise à jour (Backoffice). Comprendre l'organisation d'un site dynamique. Écrire, mettre en forme et publier un article. Les sites statiques Le html, les outils d'édition html</p> <p>Jour 3 : Préparation des documents Transformer des fichiers bureautiques en HTML. Publier un document Acrobat (PDF). Publier un document Excel. Rédiger et corriger les pages Écrire un article pour le Web. Éviter les erreurs souvent commises. Savoir respecter la charte graphique.</p>
DUREE	3 jours - 24 heures



PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs expert en bureautique
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exercices pratiques d'applications, axés sur la problématique professionnelle du stagiaire, et complétés par des exemples concrets et des apports théoriques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
INITIATION APPRENDRE A FAIRE UN SITE INTERNET - 5 JOURS

OBJECTIFS	Définir et concevoir un site web. L'arborescence du site, contenu des pages, L'ergonomie, le nom de domaine, l'hébergement, le référencement.
PRE-REQUIS	Être à l'aise avec l'ordinateur, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites web.
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p>Jour 1 :</p> <p>RAPPELS SUR LE WEB ET LE HTML Qu'est-ce qu'un site Internet, Intranet ? Structure d'une page, le titre, le corps, les caractères spéciaux, les liens, les images. Les différentes techniques de publication web, avantages et inconvénients. Quelle technologie choisir.</p> <p>Jour 2 :</p> <p>LES OUTILS DE PUBLICATION DYNAMIQUE Les sites dynamiques Les cms, le php, les bases mysql Découvrir le fonctionnement des interfaces et des formulaires de mise à jour (Backoffice). Comprendre l'organisation d'un site dynamique. Écrire, mettre en forme et publier un article. Les sites statiques Le html, les outils d'édition html</p> <p>Jour 3 :</p> <p>COMPRENDRE LA STRUCTURE D'UN SITE WEB L'organisation des pages, des fichiers et répertoires. Identifier les types de liens : liens relatifs et absolus, liens internes, vérifier les noms de chemin. Connaître les règles de nommage.</p> <p>Jour 4 :</p> <p>PREPARATION DES DOCUMENTS Transformer des fichiers bureautiques en HTML. Publier un document Acrobat (PDF). Publier un document Excel.</p> <p>REDIGER ET CORRIGER LES PAGES Écrire un article pour le Web. Éviter les erreurs souvent commises. Savoir respecter la charte graphique.</p>



	<p>LA COMPOSITION DES PAGES DU SITE Présentation de l'éditeur html Travailler le texte : police, couleurs, styles. Insérer des images : propriétés et options. Créer des tableaux de mise en page. Créer des liens, des ancres nommées. Utiliser les styles CSS.</p> <p>Jour 5 :</p> <p>PUBLIER LA PAGE OU LE SITE SUR UN SERVEUR Effectuer les vérifications avant publication. Comprendre et effectuer la publication d'un site en local ou via FTP pour un site distant. L'hébergement, quel hébergeur choisir.</p> <p>ETRE VU SUR INTERNET Les moteurs de recherche Les annuaires, comment optimiser son référencement</p>
DUREE	5 jours - 40 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs expert en bureautique
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exercices pratiques d'applications, axés sur la problématique professionnelle du stagiaire, et complétés par des exemples concrets et des apports théoriques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
APPRENDRE A MODIFIER SON SITE INTERNET INITIATION - 3 JOURS

OBJECTIFS	Modifier son site WEB Incorporer / supprimer du texte ou des images
PRE-REQUIS	Connaissance de base du HTML et de la création de site Web
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p>Jour 1 :</p> <p>GERER LE CONTENU D'UN SITE</p> <p>Ajouter/éditer un article Ajouter/éditer une page Ecrire et gérer les liens et les catégories de liens Gestion et paramétrage des commentaires Gestion des utilisateurs Différents paramétrages du blog</p> <p>Jour 2 :</p> <p>ADMINISTRATION</p> <p>Mise à jour Changer le thème du blog Installer et gérer son thème Utilisation des Widgets Utilisation et gestion des extensions</p> <p>Jour 3 :</p> <p>METTRE SON SITE EN LIGNE</p> <p>Effectuer une sauvegarde du site en local Mettre en ligne un blog Outils de vérification de la fonctionnalité du blog</p>
DUREE	3 jours - 24 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs expert en bureautique
EVALUATION	



	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exercices pratiques d'applications, axés sur la problématique professionnelle du stagiaire, et complétés par des exemples concrets et des apports théoriques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
INITIATION VENDRE GRACE A INTERNET - 3 JOURS

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none">- Développer de nouveaux débouchés pour vos produits ou prestations.- Optimiser avec efficacité votre clientèle existante : la fidéliser, la dynamiser par la publicité internet.- Comment créer automatiquement des accroches publicitaires à succès qui font vendre sur internet.- Attirer instantanément une quantité illimitée de visiteurs de qualité sur votre site.- Multiplier vos ventes, vos visites, votre trafic, votre profit et le nombre de clics sur vos annonces publicitaires.- Trouver des idées pour réaliser des illustrations percutantes et relancer l'attention de votre lecteur.- Maîtriser les méthodes pour vendre sur internet : l'art et l'enchaînement de la transition rédactionnelle de l'offre internet.
PRE-REQUIS	Utilisation d'une messagerie et du Web
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p>Jour 1 :</p> <p>LE ROLE D'INTERNET DANS LES CAMPAGNES PLURI MEDIAS</p> <ul style="list-style-type: none">- Une formation comment vendre sur internet est indispensable pour les collaborateurs des entreprises qui désirent disposer d'un outil opérationnel pour optimiser en interne leurs investissements publicitaires sur internet.- Les formats rédactionnels privilégiés, les formats délaissés.- Les objectifs et contraintes d'une adaptation pour vendre sur internet.- Les formats les plus performants selon les objectifs recherchés.- L'e-publicité dans la stratégie opérationnelle e-marketing.- Les indicateurs suivis, les performances constatées.- Les atouts de la publicité en ligne.- Les facteurs clés de succès d'une offre pour vendre sur internet.- Le niveau de personnalisation, fréquence : les caractéristiques des opérations.- Ce module vendre sur internet apporte un éclairage précieux à tous ceux qui interviennent sur le marché de la publicité en ligne : portails, agences de communication, investisseurs et cabinets de conseil qui souhaitent mieux se positionner et mieux vendre sur internet.



Jour 2 :

LA PSYCHOLOGIE DE COMMUNICATION MULTIMEDIA

- A quoi sert une offre si elle ne convainc pas votre lecteur ? Parmi les secrets d'une réussite dans le E-commerce en faisant vendre sur internet, le fait de savoir communiquer par l'écriture est essentiel.
- Le choix des contenus rédactionnels interactifs les plus efficaces pour vendre sur internet.
- La gestion dynamique de l'évolution des publications en ligne.
- Les formules éprouvées pour accrocher la motivation de l'internaute.
- Les mots qui déclenchent une action immédiate des internautes.
- Les arguments infaillibles pour convaincre les hésitants et leur faire vendre sur internet.
- Les moyens de faire agir un être humain par le simple pouvoir de mots.
- Savez-vous que sans une bonne accroche, votre idée risque de rester lettre morte?
- Comment relancer l'attention de votre lecteur par une offre internet dynamique ?
- Comment stimuler les internautes et les moteurs de recherche pour qu'ils visitent votre site ?

Jour 3 :

LES REGLES DE REDACTION MULTIMEDIA EFFICACE

- Comment construire son message essentiel avec la concision et la structuration ?
- Le rédactionnel structuré et mis en scène autour des bons liens et au bon moment.
- L'organisation de l'information dans la crédibilité, la clarté, la concision et la cohérence.
- La définition d'un plan de communication.
- Les techniques rédactionnelles liées aux éléments de campagne.
- La rédaction des titres, des accroches et des phrases essentielles du contenu.
- Les méthodes pour maîtriser l'art de la transition rédactionnelle.
- Le texte, animations, typographie et interactivité des pages web.
- Le choix des mots clés pour optimiser le travail des moteurs de recherche.
- La cohérence entre contenu rédactionnel et l'identité visuelle du site web.



	LA REALISATION D'UNE CAMPAGNE E-MAIL EFFICACE <ul style="list-style-type: none">- Les étapes clés d'une campagne d'e-mailing réussie.- L'efficacité d'un e-mail : connaître les indicateurs de succès et les améliorer.- La rédaction d'un thème de campagne web marketing percutant et qui fait vendre sur internet.- Comment rédiger les accroches pour que vos e-mails soient lus à coup sûr ?- La conception d'une offre pertinente en fonction des besoins de vos clients.- La segmentation et/ou la personnalisation d'une campagne e-mail.- La rédaction et la conception d'un e-mail interactif : le message, le graphisme, la logistique.- L'envoi des e-mails : les étapes clés, outils de routage, tarifs et méthodologie.- Les exemples de campagnes réussies, chiffres à l'appui.
DUREE	3 jours - 24 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs expert en bureautique
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exercices pratiques d'applications, axés sur la problématique professionnelle du stagiaire, et complétés par des exemples concrets et des apports théoriques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
SE FAIRE CONNAITRE GRACE A INTERNET - 3 JOURS

OBJECTIFS	Savoir présenter ses compétences et ses techniques sur Internet et utiliser les campagnes e-mailing pour attirer une nouvelle clientèle étrangère.
PRE-REQUIS	Utilisation d'une messagerie et du Web
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p>Jour 1 :</p> <p>LA PSYCHOLOGIE DE COMMUNICATION MULTIMEDIA Le choix des contenus rédactionnels interactifs les plus efficaces pour vendre sur internet, La gestion dynamique de l'évolution des publications en ligne, Les formules éprouvées pour accrocher la motivation de l'internaute, Les mots qui déclenchent une action immédiate des internautes, Les arguments infaillibles pour convaincre les hésitants et leur faire vendre sur internet, Les moyens de faire agir un être humain par le simple pouvoir de mots, Savez-vous que sans une bonne accroche, votre idée risque de rester lettre morte ?, Comment relancer l'attention de votre lecteur par une offre internet dynamique ? Comment stimuler les internautes et les moteurs de recherche pour qu'ils visitent votre site ?</p> <p>Jour 2 :</p> <p>LES REGLES DE REDACTION MULTIMEDIA EFFICACE Comment construire son message essentiel avec la concision et la structuration ?, Le rédactionnel structuré et mis en scène autour des bons liens et au bon moment, L'organisation de l'information dans la crédibilité, la clarté, la concision et la cohérence, La définition d'un plan de communication, Les techniques rédactionnelles liées aux éléments de campagne, La rédaction des titres, des accroches et des phrases essentielles du contenu, Le texte, animations, typographie et interactivité des pages web, Le choix des mots pour optimiser le travail des moteurs de recherche, La cohérence entre contenu rédactionnel et l'identité visuelle du site web.</p>



	<p>Jour 3 :</p> <p>LA REALISATION D'UNE CAMPAGNE E-MAIL EFFICACE Les étapes clés d'une campagne d'e-mailing réussie, L'efficacité d'un e-mail : connaître les indicateurs de succès et les améliorer, La rédaction d'un thème de campagne web marketing percutant et qui fait vendre sur internet, Comment rédiger les accroches pour que vos e-mails soient lus à coup sûr ?, L'envoi des e-mails : les étapes clés, outils de routage, tarifs et méthodologie, Les exemples de campagnes réussies, chiffres à l'appui.</p>
DUREE	3 jours - 24 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Exemples divers préparés par le formateur fiches récapitulatives sur les principaux sujets abordés Formateurs expert en bureautique
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exemples divers préparés par le formateur fiches récapitulatives sur les principaux sujets abordés Exercices pratiques d'applications, axés sur la problématique professionnelle du stagiaire, et complétés par des exemples concrets et des apports théoriques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
INITIATION E-MAILING - 3 JOURS

OBJECTIFS	S'approprier les principes clés et règles de construction de campagnes d'e-mailing efficaces. Réaliser une campagne d'e-mailing de A à Z. Acquérir les réflexes pour créer et délivrer ses e-mails. S'entraîner directement sur son propre cas.
PRE-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p>Jour 1 :</p> <p>PRESENTATION DE L'E-MAILING Qu'est-ce que l'emailing Pourquoi faire de l'emailing Les Objectifs et les taux de réussite d'une bonne campagne Dans quels cas l'utiliser Comment bien cibler sa campagne Comment obtenir des adresses Quels types de logiciel ? Comment éviter de devenir spammeur & pourquoi</p> <p>COMMENT DEFINIR SA CAMPAGNE MARKETING D'E-MAILING ? Qu'est-ce qu'une campagne marketing Quelles règles doit-elle respecter ?</p> <p>COMMENT OBTENIR LEGALEMENT DES ADRESSES EMAIL Jeu Concours Abonnement à des newsletters Promotions Réseaux sociaux Fusion de bases existantes en interne Bien constituer sa base Déclaration du fichier à la CNIL</p>



	<p>Jour 2 :</p> <p>CREER UN MESSAGE PERCUTANT 2 cas : la newsletter & le message commercial 2 aspects majeurs : L'aspect marketing & l'aspect technique L'expéditeur L'email de réponse L'objet du message La page miroir Le Meca La structure du message La Codification du message : La délivrabilité Le lien de désabonnement La version txt</p> <p>L'ENVOI Bien choisir sa date d'envoi : meilleur jour et meilleure heure Bien choisir sa fréquence d'envoi. Bien choisir sa solution d'envoi Petite quantité : son propre serveur smtp mais savoir bien le configurer (adresse ip, SPF, DKIM) Grande quantité : choisir sa solution, quels critères. Bien tester avant d'envoyer</p> <p>Jour 3 :</p> <p>LES RESULTATS Les résultats positifs : savoir les lire et en tirer profit (Taux d'ouverture, taux de réactivité ...) Les résultats négatifs : savoir les lire et en tirer profit (Hardbounce, softbounce, Taux de désabonnement ...)</p> <p>DES EXEMPLES DE SOLUTIONS E-MAILING Préparation d'un modèle de newsletter Présentation du html Les fondamentaux Présentation du html propre à l'emailing Le montage en tableaux Les balises inutiles L'in line CSS La délivrabilité La lecture sur mobile - le responsive design La Gestion des images Présentation des différents outils (gratuits) de création html et de gestion d'images: Choix de la structure de son message Choix du graphisme de sa newsletter</p>
DUREE	3 jours - 24 heure
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs expert en bureautique



EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exercices pratiques d'applications, axés sur la problématique professionnelle du stagiaire, et complétés par des exemples concrets et des apports théoriques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage