

Créer et faire vivre un site web

Acquérir des repères pour pouvoir se situer dans le monde de l'Internet
 Connaître le vocabulaire spécifique de ces nouveaux médias
 Connaître les prestataires et savoir quelles sont les directives à leur donner
 Maîtriser l'intégration Internet dans une stratégie multicanale
 Avoir une vision du marché, de la législation et des bonnes pratiques
 Acquérir un niveau de connaissances permettant de poser un œil critique sur les propositions des prestataires
 Manager un projet web

Programme :

Les étapes d'un projet web

- ✓ Brief et cahier des charges
- ✓ Conception (Arborescence et Story-board)
- ✓ Maquettes
- ✓ Intégration
- ✓ Développements
- ✓ Lancement

Les différentes typologies de sites Internet

- ✓ Lequel pour quel objectif ?

Concevoir sa stratégie Internet

- ✓ Sur la base d'un site existant
- ✓ Dans le cadre d'une création de site

Réaliser un site, à qui s'adresser ou comment faire ?

Concevoir les pages

- ✓ Acquérir les bases techniques du HTML
- ✓ Utiliser un logiciel de mise en page Web
- ✓ Créer les pages de son site

Insérer des liens hypertextes

- ✓ Entre les pages de votre site
- ✓ Vers d'autres sites
- ✓ Vers une messagerie électronique
- ✓ Vers des fichiers PDF, son ou vidéo

Les partenariats

Le monde des blogs

Le RSS

Mettre le site en ligne

- ✓ Transférer son site via le FTP
- ✓ Tester les pages
- ✓ Mettre à jour le site

Les supports de diffusion

- ✓ Le choix des mots !

Code : A100

En présentiel :

Durée : 3 jours

Prix : 1470 € HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

17 au 19 janvier

15 au 17 mars

07 au 09 juin

13 au 15 septembre

13 au 15 décembre

En distanciel :

Nous contacter

Public concerné :

Responsable marketing, chef de produit, chef de marché, chef de projet web, responsable e marketing, membre du service marketing ...

Intervenants :

Spécialiste en marketing opérationnel et conception de site

Pré-requis :

Aucun

Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.
 Exercices individuels et collectifs.
 Retour d'expériences.
 Echanges.
 Entraînements.
 Etudes de cas.

<ul style="list-style-type: none">✓ Les bannières✓ Les formats et standards <p>La performance d'un site Internet</p> <p>Web analytics</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Les outils✓ Les mesures et indicateurs✓ L'analyse et les conclusions à tirer <p>Les basics de l'ergonomie</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Les codes de l'ergonomie : comment faire une landing page efficace pour bien recruter, comment bien penser un site, etc...✓ Rassurer, faire passer un message...✓ Optimiser et transformer au mieux ! <p>Animer un site</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Opérations commerciales Jeu concours Newsletters✓ Un pied dans le multi-canal : la synergie des médias✓ Catalogues, mailings, e-mailings, publicité off et on line✓ Mise en place d'opérations off line pour mener les clients vers le on line <p>Le web-marketing</p> <ul style="list-style-type: none">✓ L'affiliation✓ L'achat d'espace✓ Les comparateurs de prix et autres moteur de shopping <p>Le search-marketing</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Les moteurs de recherche✓ Le référencement naturel✓ Le maillage✓ Les annuaires✓ Les liens sponsorisés <p>Organiser et faire évoluer les contenus</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Garantir une information fiable✓ Propriété des contenus : les aspects juridiques✓ Les principaux modèles d'organisation de sites✓ Connaître les outils de publication et de gestion✓ Priorités et compromis : qualité graphique, richesse multimédia, performances	
---	--