



CATALOGUE DE FORMATION

- **Maîtriser la communication professionnelle sur les réseaux sociaux**
- **Maîtriser les bases du graphisme pour créer des supports de communication**
- **Optimiser son référencement internet (SEO, SEA)**
- **Réussir sa campagne de crowdfunding**
- **Connaître les bases de WordPress, animer son site internet**

SARL SOUL MARKET
WWW.SOULMARKET.FR
SIRET N° 840 343 156 00013
NUMERO DE DECLARATION D'ACTIVITE N° 76310917331

SOMMAIRE

RÉSEAUX SOCIAUX

Construire une stratégie de communication annuelle, promouvoir une activité professionnelle, développer son activité et gérer sa relation client sur les réseaux sociaux. **2 JOURS** P2

Promouvoir une activité professionnelle, développer son activité et gérer sa relation client sur les réseaux sociaux. **1 JOUR** P5

RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

Améliorer durablement son référencement internet (SEO, SEA). **2 JOURS** P7

Comprendre les bases du référencement internet (SEO, SEA). **1 JOUR** P10

GRAPHISME

Initiation Illustrator. **2 JOURS** P13

Création graphique simple pour non-initiés / débutants. **1 JOUR** P15

CROWDFUNDING

Réussir sa campagne de financement participatif (crowdfunding). **1 JOUR** P17

WORDPRESS

Animer et administrer son site internet sous WORDPRESS. **1 JOUR** P19

Créer un site vitrine simple (max 3 pages) sous WORDPRESS. **2 JOURS** P20

SUR MESURE

Programmes sur mesure P22

RÉSEAUX SOCIAUX

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ANNUELLE, PROMOUVOIR UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE, DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ ET GÉRER SA RELATION CLIENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

2 JOURS

Objectifs de la formation

Construire une stratégie digitale performante : développer une communauté, créer de l'engagement et du contact.

Public de la formation

Dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants etc.

Pré-requis

- Connaître les usages de base des réseaux sociaux dans un cadre professionnel
- Être équipé d'un ordinateur portable le jour de la formation
- Avoir en sa possession tous les codes et accès indispensables pour se connecter aux comptes déjà existants sur les réseaux sociaux.

Durée : 2 x 1 jour (7h) = 14 heures

Coût : 1000€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Solène Barrès
solene@soulmarket.fr -
06.89.14.63.40

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.

JOUR 1

Connaître et choisir les bons médias (Facebook, Twitter, Google business, LinkedIn, ...)

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux, des usages et des utilisateurs
- Fonctionnalités spécifiques à chaque réseau

Exercice : Sélectionner les bons médias selon son activité, son marché, ses cibles et ses ressources internes (priorités, temps et compétences disponibles)

Analyse de la visibilité web, du marché et des opportunités de communication

- Audit de l'existant
- Analyse du marché : concurrents principaux, clients / cibles potentiels, success stories ...

Élaboration d'une stratégie de communication Social Media

- Identification des cibles et personas
- Repérer les opportunités de communication et de différenciation et définir son positionnement sur les réseaux sociaux
- Définir ses mots clés, construire sa ligne éditoriale et son contenu
- Définir ses objectifs de développement (de notoriété, de communauté ...)
- Mettre en place une veille & curation et observer les best practices (en France et à l'international)

Exercice : Identifier les opportunités de communication d'une TPE, en lien avec sa stratégie commerciale et de développement

JOUR 2

Création de contenu pertinent

- L'importance de l'image : créer des visuels et des infographies percutantes
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié
- La vidéo reine des réseaux sociaux, la story dépasse la publication
- Créer son image de marque entreprise sur les réseaux sociaux et adopter une stratégie de blogging et/ou de storytelling
- Maîtriser le call to action
- Rédaction de posts : adapter le message et la forme à la cible

Exercice : Créer un visuel de publication sur Canva et créer une story sur Instagram

Organisation & planification

- Créer un planning de publication
- Gagner du temps : préparer et programmer ses publications
- Suivre son activité au quotidien, être réactif
- Modération : répondre à des avis négatifs

Exercice : Programmer une publication sur Hootsuite, réaliser un tableau de publication

Développer sa communauté et gagner de nouveaux prospects

- Développer et fidéliser sa communauté
 - Construire une communauté, créer du lien et renforcer son engagement : faire des publications « call to action » et installer du dialogue, des échanges (groupes, blogs, etc.)
 - Modération : répondre à des avis négatifs
 - Identifier, approcher et travailler avec des influenceurs, / ambassadeurs / blogueurs
 - Mettre en place une stratégie de networking
- Approche directe / prospection
 - Les bonnes pratiques en fonction du réseau choisi : LinkedIn, Facebook, sites spécialisés, instagram, twitter ...
 - Ciblage pertinent
 - Développer son image de marque employeur
 - Newsletters / emailings : bonnes pratiques, réglementation et outils (mailchimp ...)
- Sponsoring / publicité
 - Définir un budget de sponsoring, créer une campagne de sponsoring (Facebook, Instagram, LinkedIn premium ...)
 - Optimiser son référencement naturel et programmer une campagne Google adwords (SEO et SEA)
 - Construction d'un budget annuel de publicité réseaux sociaux / web

Exercice : Créer une campagne de sponsoring sur Facebook et Instagram Business Manager, répondre à un avis négatif sur Google Business

Mesurer l'efficacité de la communication digitale

- Évaluer la performance des publications et des supports (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google Business)
- Mesurer / analyser / corriger les actions mises en place au regard des objectifs fixés et réajuster ses objectifs et plan d'action

RÉSEAUX SOCIAUX

PROMOUVOIR UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE, DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ ET GÉRER SA RELATION CLIENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

1 JOUR

Objectifs de la formation

Connaître l'usage des réseaux sociaux à des fins professionnelles et savoir les utiliser correctement pour gagner en visibilité.

Public de la formation

Dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants ...

Pré-requis

- Avoir un compte personnel sur les réseaux sociaux visés
- Être équipé d'un ordinateur portable le jour de la formation
- Avoir en sa possession tous les codes et accès indispensables pour se connecter aux comptes déjà existants sur les réseaux sociaux.

Durée : 1 jour = 7 heures

Coût : 600€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Solène Barrès
solene@soulmarket.fr
06.89.14.63.40

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.

Connaître et choisir les bons médias (Facebook, Twitter, Google business, LinkedIn, ...)

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux, des usages et des utilisateurs
- Fonctionnalités spécifiques à chaque réseau

Définir son positionnement social media et identifier ses opportunités de communication

- Comprendre son marché : concurrents principaux, clients / cibles potentiels, etc.
- Définir son ciblage

- Repérer les opportunités de communication et de différenciation et définir son positionnement sur les réseaux sociaux
- Définir ses mots clés, construire sa ligne éditoriale et son contenu
- Définir ses objectifs de développement (de notoriété, de communauté ...)

Exercice : Identifier les opportunités de communication d'une TPE, en lien avec sa stratégie commerciale et de développement

Créer du contenu pertinent

- L'importance de l'image : créer des visuels et des infographies percutantes
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié
- La vidéo reine des réseaux sociaux, la story dépasse la publication
- Créer son image de marque entreprise sur les réseaux sociaux et adopter une stratégie de blogging et/ou de storytelling
- Maîtriser le « call to action »
- Rédaction de posts : adapter le message et la forme à la cible

Exercice : Créer un visuel de publication sur Canva et créer une story sur Instagram

Organisation & planification

- Créer un planning de publication
- Gagner du temps : préparer et programmer ses publications

Exercice : Programmer une publication sur Hootsuite, réaliser un tableau de publication

Développer sa communauté et gagner de nouveaux prospects

- Développer et fidéliser sa communauté, créer du lien et renforcer son engagement : faire des publications « call to action » et installer du dialogue, des échanges (groupes, blogs, etc.)
- Approche directe / prospection : comprendre les bonnes pratiques en fonction du réseau choisi : LinkedIn, Facebook, sites spécialisés, instagram, twitter ...
- Sponsoring / publicité : définir un budget de sponsoring, créer une campagne de sponsoring (Facebook, Instagram, LinkedIn premium ...)

Exercice : Sponsoriser un post sur Facebook et répondre à un avis négatif sur Google Business

RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

AMÉLIORER DURABLEMENT SON RÉFÉRENCIEMENT INTERNET (SEO, SEA)

2 JOURS

Objectifs de la formation

Aller plus loin avec le SEO : augmenter son référencement local et sa e-réputation, accroître sa notoriété et suivre ses statistiques de référencement.

Public de la formation

Toute personne soucieuse de la performance de son site : créateurs / repreneurs d'entreprise, dirigeants de TPE / PME, indépendants, associations, collectivités, professionnels de la communication, personnes en charge de la communication en entreprise etc.

Pré-requis

- Être à l'aise avec l'ordinateur, avec internet et familier de son site internet
- Disposer d'un site internet opérationnel (en ligne) et idéalement, disposer des accès administrateur.

Durée : 2 x 1 jour (7 h) = 14 heures

Coût : 1200€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Rafael Pacheco
Consultant SEO
contact@soulmarket.fr
06.89.14.63.40

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.

JOUR 1

Aperçu global du référencement internet

- Qu'est-ce que le référencement ?
- Quelles sont les différences entre SEO, SEA, SEM & ASO ?
- Structure du SERP (organique vs. payé)

7

- Facteurs de positionnement

Comprendre les spécificités des principaux moteurs de recherche

- Comment fonctionne un moteur de recherche ?
- Pourquoi choisir Google vs. autres moteurs de recherche (Yahoo, Bing, Baidu, Yandex) ?

Bonnes pratiques & pratiques déconseillées

Exercice pratique et/ou quiz

La recherche sur internet : les différents types de recherche et d'affichage des résultats

L'algorithme Google & les différents critères pris en compte

Rédiger son contenu : choix des mots clés & expressions longues traînes

- Écrire pour le référencement, maîtriser la bonne densité & l'organisation sémantiques
- L'importance du contenu nouveau (actualité, article de blog...)
- Paramétrage du contenu paginé : titres des pages, url et noms des fichiers
- Créer des liens internes & externes
- L'importance des images et des vidéos
- Les mots clés : approche stratégique
 - Le choix des mots (mots outils vs. expressions longue traîne)
 - Utilitaire
 - Optimisation

Exercice pratique et/ou quiz

Construction du site internet : site map et hiérarchisation des données

Maîtriser les différentes techniques d'optimisation du référencement :

- In-page / off-page, liens hypertextes, métadonnées HTML
- Choix des noms de domaine
- Choix des images, vidéos & fichiers
- Optimiser la vitesse de chargement et la fluidité du site

Exercice pratique et/ou quiz

Notions de SEA (référencement payant)

- Pourquoi faire une campagne de référencement payant (SEA) sur Google ?

- Notion de ROI sur Google (retour sur investissement) : quel budget ?
- Étude de la concurrence, de la rentabilité et de la stratégie marketing
- Mise en place d'une campagne de base
- Gestion et suivi de campagnes payant

JOUR 2

Avantages du référencement local

- Google Actualités
- Google My Business (référencement local)
- Savoir référencer ses images et vidéos You tube (outils Google)
- FAQ (20 questions)

E-réputation et référencement

- Bilan de sa e-Réputation
- Audit de base sur Google
- Vérification des profils sur les réseaux sociaux
- Contrôler les avis sur Google et autres sites spécialisés
- Gestion et contrôle de votre e-réputation avec des outils en ligne

Netlinking & Influenceurs

- Les backlinks dans le SEO
- Capter les influenceurs du web
- Accroître votre notoriété

Suivi du référencement : rapport, contrôle et gestion

- Tableau de bord SEO
- Search Console : principales fonctionnalités
- Indexation et positionnement
- Google Analytics

RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

COMPRENDRE LES BASES DU RÉFÉRENCIEMENT INTERNET (SEO, SEA)

1 JOUR

Objectifs de la formation

Acquérir les bases du référencement SEO / SEA :

- Comprendre le fonctionnement des algorithmes des moteurs de recherche (Google, etc.)
- Identifier les différentes techniques et les outils permettant d'impacter son référencement naturel (SEO)
- Comprendre les mécanismes du référencement payant & savoir paramétrer une campagne Google Ads (SEA)
- Pouvoir superviser un webmaster ou un développeur dans le cadre d'une refonte de site internet

Public de la formation

Toute personne soucieuse de la performance de son site : créateurs / repreneurs d'entreprise, dirigeants de TPE / PME, indépendants, associations, collectivités, professionnels de la communication, personnes en charge de la communication en entreprise etc.

Pré-requis

- Être à l'aise avec l'ordinateur, avec internet et familier de son site internet.
- Disposer d'un site internet opérationnel (en ligne) et idéalement, disposer des accès administrateur.

Durée : 1 jour = 7 heures

Coût : 700€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Rafael Pacheco
Consultant SEO
contact@soulmarket.fr
06.89.14.63.40

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.

Aperçu global du référencement internet

- Qu'est-ce que le référencement ?

10

- Quelles sont les différences entre SEO, SEA, SEM & ASO ?
- Structure du SERP (organique vs. payé)
- Facteurs de positionnement

Comprendre les spécificités des principaux moteurs de recherche

- Comment fonctionne un moteur de recherche ?
- Pourquoi choisir Google vs. autres moteurs de recherche (Yahoo, Bing, Baidu, Yandex) ?

Bonnes pratiques & pratiques déconseillées

Exercice pratique et/ou quiz

La recherche sur internet : les différents types de recherche et d'affichage des résultats

L'algorithme Google & les différents critères pris en compte

Rédiger son contenu : choix des mots clés & expressions longues traines

- Écrire pour le référencement, maîtriser la bonne densité & l'organisation sémantiques
- L'importance du contenu nouveau (actualité, article de blog ...)
- Paramétrage du contenu paginé : titres des pages, url et noms des fichiers
- Créer des liens internes & externes
- L'importance des images et des vidéos
- Les mots clés : approche stratégique
 - Le choix des mots (mots outils vs. expressions longue traine)
 - Utilitaire
 - Optimisation

Exercice pratique et/ou quiz

Construction du site internet : site map et hiérarchisation des données

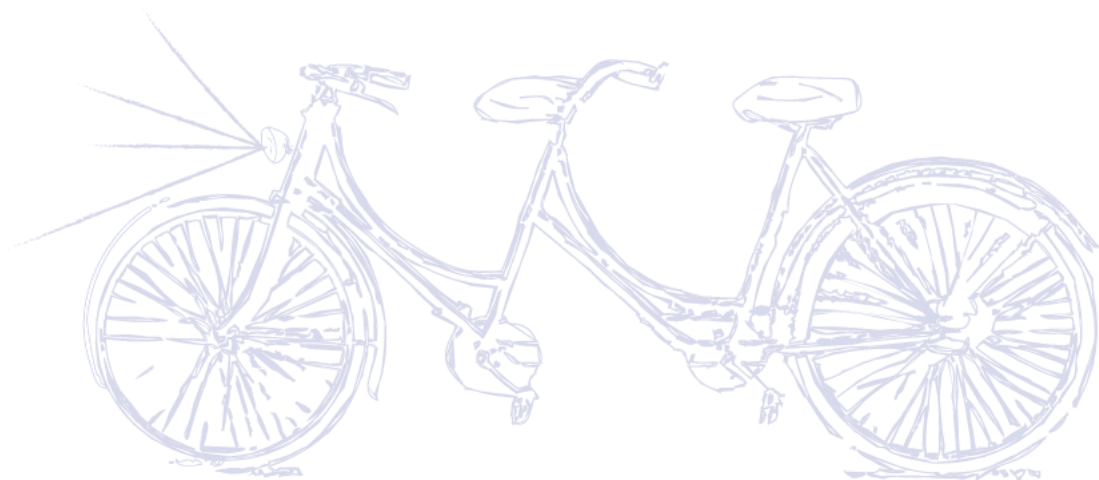
Maîtriser les différentes techniques d'optimisation du référencement :

- In-page / off-page, liens hypertextes, métadonnées HTML
- Choix des noms de domaine
- Choix des images, vidéos & fichiers
- Optimiser la vitesse de chargement et la fluidité du site

Exercice pratique et/ou quiz

Notions de SEA (référencement payant)

- Pourquoi faire une campagne de référencement payant (SEA) sur Google ?
- Notion de ROI sur Google (retour sur investissement) : quel budget ?
- Étude de la concurrence, de la rentabilité et de la stratégie marketing
- Mise en place d'une campagne de base
- Gestion et suivi de campagnes payant



GRAPHISME & CRÉATION

INITIATION ILLUSTRATOR : NIVEAU DÉBUTANT

2 JOURS

Objectifs de la formation

Apprendre les fonctions essentielles du logiciel et les bases du dessin vectoriel : créer des illustrations et décliner une charte graphique.

Public de la formation

Dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants ...

Pré-requis

- Maîtriser l'environnement informatique
- Être équipé d'un ordinateur par stagiaire, avec la dernière version d'Illustrator.

Durée : 2 x 1 jour (7h) = 14 heures

Coût : 1000€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 8 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Gaëlle Neuvic
gaille@soulmarket.fr
07.71.32.04.82

La formation se veut pratique et comprendra de nombreux exercices & phases de mises en application.

Introduction

- Comprendre la différence entre un dessin bitmap (pixels) et vectoriel
- Choisir le format de document et d'impression

Présentation d'Adobe Illustrator et de son interface

- Découvrir les outils : plans de travail, affichage, règles, calques, repères, grilles, outils et panneaux
- Présentation des principaux outils & palettes
- Importer une image

Les formes vectorielles de base : création & déformation

- Créer des formes simples : rectangle, ellipse, polygone, triangle
- Déformation, utilisation du cadre de sélection
- Comprendre ce que sont le point d'ancrage (sommet ou courbe), le vecteur et la poignée de direction

Exercice : Création d'un triangle avec l'outil polygone, déformation de l'objet.

S'initier à la création de tracés & manipulation

- Créer des tracés simples avec différents outils : plume, crayons, pathfinder, dégradés de formes
- Appréhender les outils : flèches, lassos, transformations, alignements et répartition
- Effectuer des opérations sur les tracés, lissage

Exercice : Créer un tracé avec effet

Gérer la couleur de fond et de contour

- Appréhender les panneaux nuanciers, dégradés, motifs et guide des couleurs
- Gérer la transparence et les dégradés
- Utiliser la palette contour

Créer & manipuler les calques

- Comprendre le principe des calques
- Organiser, nommer, afficher et verrouiller ses calques
- Lister les noms, actions sur les objets, options

Exercice : Créer un calque de repères verrouillé

Découvrir les fonctionnalités de typographie

- Prendre en main les palettes caractère & paragraphe
- Maîtriser les outils de texte, de texte sur tracés, d'habillage de texte

Exercice : Dessiner par-dessus une image importée

Exercice : Créer une carte de visite, une illustration ou un flyer

GRAPHISME & CRÉATION

CRÉATION GRAPHIQUE SIMPLE POUR NON-INITIÉS / DÉBUTANTS SUR CANVA

1 JOUR

Objectifs de la formation

Comprendre ce que sont une charte graphique, une identité visuelle et savoir créer simplement des visuels pour son activité sur un logiciel gratuit (Canva).

Public de la formation

Profils non-graphistes : dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants ...

Pré-requis

- Maîtriser l'environnement informatique
- Être équipé d'un ordinateur par stagiaire, avec une connexion internet.

Durée : 1 jour = 7 heures

Coût : 500€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 8 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Gaëlle Neuvic
gaelle@soulmarket.fr
07.71.32.04.82

La formation se veut pratique et comprendra de nombreux exercices & phases de mises en application.

Définir ses objectifs de communication

- Connaître son image de marque et ses messages clés
- Définir son style graphique & sa ligne éditoriale

Comprendre ce que sont une charte graphique & une identité visuelle

- Logo, polices et couleurs
- Dans quelles conditions utiliser son logo ?

Connaître les principaux formats de fichier image

- .pdf, .png, .jpg
- .ai, .eps, .psd

Découvrir Canva

- Présentation des fonctionnalités Canva
- Choisir un modèle, définir la bonne taille
- Importer ses propres images
- Personnaliser son visuel : zones de texte, fond de l'image, polices, zones d'image, effets ...
- Télécharger son image

Mise en pratique

Exercice : Créer une image de couverture Facebook ou LinkedIn

Exercice : Créer un post pour les réseaux sociaux

Exercice : Créer un papier en-tête

Exercice : Créer une carte de visite

Exercice : Créer un flyer

CROWDFUNDING

RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF (CROWDFUNDING)

1 JOUR

Objectifs de la formation

Définir les objectifs de sa campagne de financement participatif, mettre en place un plan d'actions & réussir sa collecte.

Public de la formation

Porteurs de projets, créateurs / repreneurs d'entreprises, chefs d'entreprises, associations, collectivités, start-ups ...

Pré-requis

Avoir un projet défini (création d'entreprise, lancement de produit, projet culturel ou associatif, levée de fonds caritative, etc.).

Durée : 1 jour = 7 heures

Coût : 600€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Solène Barrès
solene@soulmarket.fr
06.89.14.63.40

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.

Financement participatif : principes & fonctionnement

- Le crowdfunding à travers le monde : les évolutions, les enjeux, le potentiel
- Panorama rapide des différentes plateformes de crowdfunding, en France et à l'international
- Le principe et les « règles » du crowdfunding

Jeu « le saviez-vous ? » : Les marques célèbres qui se sont lancées sur une plateforme de crowdfunding

Préparer son dossier

17

- Définir son projet : à quel stade d'avancement en est-on ? (test de prototype, développement d'activité, stade de la recherche, entreprise en création ou déjà créée ...) Quels sont les objectifs de la campagne ? À quoi les fonds collectés vont-ils servir ?
- Monter son budget : chiffrer ses besoins, estimer les coûts de la campagne (communication, déplacements, événements, impression, expéditions ...), chiffrer les montants des contreparties (coûts de fabrication, d'emballage, d'expédition, coûts de revient ...)
- Créer un rétroplanning des 3 phases de la campagne : en amont, pendant, et après la campagne.

Exercice : À partir d'un cas fictif ou réel, estimer l'objectif chiffré (montant de collecte à atteindre) d'une campagne et créer un rétroplanning en 3 phases.

Choisir une plateforme de crowdfunding

- Choisir la plateforme la plus adaptée à son projet en fonction de l'offre proposée par les acteurs du marché, de la teneur du projet, de ses cibles.
- Déterminer la durée de la campagne.

Exercice : À partir de 3 projets fictifs ou réels, déterminer la plateforme idéale.

Réussir sa campagne de crowdfunding

- Bien rédiger sa campagne :
 - Travailler son « pitch » ou son accroche, synthétiser / « vulgariser » son discours
 - Construire le plan de la campagne : organiser les idées
 - Bien présenter sa campagne : mise en page, scénarisation et storytelling
- Sectoriser son audience / sa communauté : cercle(s) proche(s) (amis, familles), réseaux personnels et professionnels, médias, ambassadeurs, influenceurs ...
- Communiquer autour de la campagne :
 - Adapter le message aux cibles (approche technique ou simplifiée du projet, etc.)
 - Utiliser les différents canaux de communication (mailing, sms, événements, communiqués, réseaux sociaux, etc.)

Cas pratique : à partir d'un cas réel ou fictif, rédiger le plan d'une campagne, identifier les cibles de communication et choisir les canaux de communication les plus adaptés.

WORDPRESS

ADMINISTRER ET ANIMER SON SITE INTERNET SOUS WORDPRESS

1 JOUR

Objectifs de la formation

Animer de façon autonome son site internet : créer des articles, intégrer des images, mettre à jour le CMS et les plug-ins.

Public de la formation

Indépendants, chefs d'entreprises, responsables de la communication en entreprise / association.

Pré-requis

Avoir un site internet réalisé sous Wordpress. Disposer des codes administrateur.

NB : Le formateur se réserve le droit d'annuler la formation si les accès administrateur, le choix du builder ou du thème ne permettent pas d'assurer pleinement la formation.

Durée : 1 jour = 7 heures

Coût : 600€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Gaëlle Neuvic
gaelle@soulmarket.fr
07.71.32.04.82

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec les spécificités du site internet et de l'activité du stagiaire.

Introduction à Wordpress

- CMS open source, communautaire, fiable, flexible et expansif
- Lexique : Catégorie, page, article, commentaire, thème, CMS, tag, plugin, builder ...

Utiliser Wordpress

- Naviguer dans le back office : l'admin du site
- Comprendre ce qu'est une catégorie et modifier des éléments simples
- Comprendre ce qu'est une page et modifier des éléments simples (+ intégrer des éléments de texte, images, vidéos, selon la complexité du site)
- Gérer sa bibliothèque de médias

19

- Gérer ses permaliens
- Les articles :
 - Créer un nouvel article (page actualité, réalisations, blog ...)
 - Interface de publication
 - Insertion d'images, de vidéos, de documents
 - Comment écrire pour le web ?
 - Paramétrer l'article pour optimiser son SEO
 - Gérer les commentaires

Exercice : Selon la construction du site et le niveau de maîtrise du stagiaire, modifier une page du site (intégrer une image, un carrousel, changer la police ...) et/ou créer et rédiger un article de 300 mots.

Plugins Wordpress

- Installer, désactiver ou désinstaller un plugin / widget

Paramétrages du site

- Gérer les accès utilisateurs
- Gérer les options générales

Sauvegardes & mises à jour

- Effectuer des mises à jour du CMS et des plugins
- Sauvegarder régulièrement le site et la base de données

WORDPRESS

CRÉER UN SITE VITRINE SIMPLE (MAX. 3 PAGES) SOUS WORDPRESS

2 JOURS

Objectifs de la formation

Créer un site internet vitrine simple sous Wordpress.

Public de la formation

Indépendants, chefs d'entreprises, responsables de la communication en entreprise / association.

Pré-requis

Avoir une bonne connaissance de l'outil informatique et du web.

Durée : 2 x 1 jour (7h) = 14 heures

Coût : 1200€ HT

Modalités : En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)

Méthodes & moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique

Formateur : Gaëlle Neuvic
gaille@soulmarket.fr
07.71.32.04.82

La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec les spécificités du site internet et de l'activité du stagiaire.

Introduction à Wordpress

- CMS open source, communautaire, fiable, flexible et expansif
- Lexique : Catégorie, page, article, commentaire, thème, CMS, tag, plugin, builder ...

Installer Wordpress

- Choisir un thème Wordpress & choisir un builder
- Installer et configurer Wordpress, choisir le nom de domaine et l'hébergement (méthode simple)

Utiliser Wordpress

- Naviguer dans le back office : l'admin du site
- Prendre en main le builder
- Choisir le paramétrage de base de son site internet : couleurs, polices, disposition des éléments
- Créer des catégories
- Créer des pages
- Créer des articles
- Gérer sa bibliothèque de médias
- Gérer ses permaliens
- Insérer des images, vidéos et documents

SEO & rédaction web : quelques bases

- Comprendre comment écrire pour le web
- Paramétrer ses pages et articles pour optimiser son SEO

Plugins Wordpress

- Installer, désactiver ou désinstaller un plugin / widget

Paramétrages du site

- Gérer les accès utilisateurs
- Gérer les options générales

Sauvegardes & mises à jour

- Effectuer des mises à jour du CMS et des plugins
- Sauvegarder régulièrement le site et la base de données

Cas pratique sur 2 jours : Construire un site de 1 à 3 pages.

PROGRAMMES SUR MESURE

Soul Market est une agence de communication : nos formations visent à permettre aux chefs d'entreprises, indépendants et professionnels de mieux gérer leur communication et de gagner en visibilité sur le web et en efficacité dans la manipulation des outils digitaux.

Nos programmes sont personnalisables et modulables.

Nous pouvons par exemple :

- Découper les journées en demi-journées
- Rajouter des modules spécifiques en lien avec les projets en cours dans l'entreprise
- Réaliser en amont de la formation un audit de la visibilité web de l'entreprises et des préconisations stratégiques
- Faire des formations en groupe, en inter-entreprise ou en intra-entreprise, mais aussi des ateliers et conférences
- Former des professionnels accompagnants de créateurs d'entreprises
- Animer les formations sous forme d'ateliers co-créatifs

Les possibilités sont nombreuses, contactez-nous pour nous demander un devis : contact@soulmarket.fr , 06.89.14.63.40

L'AGENCE

Créée en 2018 à Toulouse par Gaëlle Neuvic et Solène Barrès, Soul Market est l'agence de communication des indépendants et des petites entreprises.

Que ce soit pour nos projets ou lors de nos formations, notre objectif est toujours de proposer à nos clients des outils efficaces, simples et performants.

Soul Market milite pour une Communication Authentique ! Nous croyons qu'une bonne communication professionnelle est celle qui montre en un coup d'œil les particularités de l'entreprise, ce qui constitue son ADN, son âme ...

LES FORMATEURS

SOLÈNE BARRÈS

- Consultante en communication
- Formatrice Réseaux Sociaux depuis 2016
- Experte Crowdfunding



GAËLLE NEUVIC

- Consultante en communication
- Graphiste
- Développeuse web Wordpress



RAFAEL PACHECO

- Consultant en communication digitale
- Expert référencement : SEO / SEA

