

DEFINIR UNE STRATEGIE INTERNET

PUBLIC

Dirigeants d'entreprise ou chefs de projet
« création de site ».

PRE-REQUIS

Aucun.

Evaluation de positionnement au début de la formation Evaluation continue (exercices applicatifs, ateliers pratiques) Evaluation des acquis à la fin de la formation par le formateur ; Évaluation de la qualité de la formation par le stagiaire

OBJECTIF

*A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :
Pouvoir définir la stratégie Internet de l'entreprise.
Etre en capable de conduire un projet de création de site Web.*

DUREE

16 heures, 2 jours.

SUIVI DE LA FORMATION

Feuille de présence.

LIEU DE FORMATION

Voir convention.

METHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Les apports de l'intervenant, poste informatique, vidéoprojecteur, paper board La mise en pratique des apports par les participants.

DATE

Voir convention.

NOMBRE MINIMUM ET MAXIMUM DE STAGIAIRES PAR SESSION

Minimum : 1 - Maximum : 12

FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

DESCRIPTION

Jour 1

UN SITE, POURQUOI FAIRE ?

- Du site vitrine au site de commerce,
- Les facteurs de réussite.

QUEL BUDGET POUR CREER ET ENTRETENIR SON SITE ?

- Conception/réalisation,
- Formation,
- Maintenance.

LE CAHIER DES CHARGES

- Le choix et l'enregistrement du nom de domaine,
- La construction du synopsis,
- La conception de la charte graphique,
- La rédaction des textes.

Jour 2

LA CREATION DU SITE

- Interpréter les résultats et en sortir les compétences.
- Responsabiliser son équipe.
- Accompagner et former ses collaborateurs.
- Savoir représenter l'équipe.

ANALYSER ET INTERVENIR AU SEIN D'UNE SITUATION DIFFICILE

- Le choix du prestataire,
- La réalisation, le test et la mise en ligne du site,
- La publication sous le nom de domaine,
- Le référencement du site,
- Les questions juridiques,
- Les problèmes de sécurité.

LA MAINTENANCE DU SITE

- Formation du personnel,
- Gestion de la messagerie,
- Actualisation / évolution du site.