TRIICOM	PROGRAMME	Version 2 – programme public Mise à jour : 31/08/2026

Intitulé de la formation	Parcours individualisé : création et gestion de son site internet et marketing digital
Type d'action	Action de formation – Formation non certifiante
Public visé	Chef d'entreprise, entrepreneur ou tout professionnel souhaitant créer et gérer le site internet de son activité et développer son marketing digital.
Prérequis	Aucun prérequis. Disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet ; disposer des accès à l'hébergement, au site et à la fiche Google de l'entreprise.
Objectifs pédagogiques	**À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :** 1. Analyser l'expérience utilisateur et cadrer un projet de site : objectifs, cible, arborescence. 2. Installer et administrer un site WordPress : thèmes, extensions, pages, articles et médias. 3. Rédiger des contenus web lisibles et créer les pages stratégiques du site. 4. Sécuriser le site et optimiser son référencement naturel (SEO), y compris local. 5. Définir un positionnement clair, des messages clés et un tunnel de conversion. 6. Choisir les leviers digitaux pertinents et planifier des actions marketing alignées avec les objectifs. 7. Créer et diffuser une newsletter dans le respect du RGPD. 8. Utiliser l'IA pour produire des contenus et gagner du temps. 9. Distinguer SEO et SEA, déterminer un budget, préparer et mesurer une campagne publicitaire sur le web.
Durée de la formation	60 heures, soit 8 jours de 7 h et 1 demi-journée de 4 h (17 demi-journées).
Nombre de participants	1 participant par session (parcours individuel).
Localisation de la formation	Formation en présentiel uniquement, dans les locaux de l'entreprise du stagiaire. Aucune formation à distance.
Modalités	Parcours individualisé sur mesure, intra-entreprise : un seul stagiaire. Avant la formation : entretien d'analyse du besoin (secteur d'activité, clientèle, offre, objectifs, outils déjà utilisés) et positionnement du stagiaire. TRIICOM rédige ensuite un programme personnalisé, remis avec la convention : les exemples, la veille, les cas pratiques et les livrables sont choisis pour l'entreprise et son secteur d'activité. Pendant la formation : tout tourne autour de l'entreprise. Les exercices sont réalisés sur ses comptes réels, et le niveau du stagiaire guide le rythme : les notions déjà maîtrisées sont allégées, les points difficiles sont approfondis.
Coût de la formation	4 800 € HT (soit 5 760 € TTC). L'hébergement, le nom de domaine, les extensions payantes, les abonnements aux outils et le budget publicitaire ne sont pas inclus. Le tarif comprend la préparation du parcours (analyse du besoin, réécriture du programme, adaptation des contenus et des exercices au secteur de l'entreprise) et un accompagnement individuel pendant toute la durée de la formation.
Modalités et délai d'accès	Inscription par mail à m.chateau@triicom.fr ou au 06 29 96 42 21, puis entretien d'analyse du besoin. Le délai moyen entre la demande et le début de

	la formation est d'1 mois. Prévoir 45 jours en cas de prise en charge par un financeur (OPCO, fonds d'assurance formation, Conseil de la formation).
Moyens pédagogiques et techniques	Supports de cours remis en fin de formation, cours écrit, diaporamas, exercices sur le site et les comptes réels de l'entreprise. Outils : WordPress, CodePen, moteur de recherche Google, extensions SEO, Google Business Profile, Brevo, ChatGPT, Nano Banana Pro, Google Ads, Google Tag Manager. Le stagiaire apporte son ordinateur.
Formatrice	Melanie CHATEAU – Gérante de la société TRIICOM (Agence digitale) – Après son Mastère en Stratégie et Développement des Entreprises et son diplôme de conceptrice et développeuse d'applications web et mobile, elle développe son agence digitale dans le Var et propose ses services dans le web et la communication digitale.
Modalités d'évaluation	• Entretien d'analyse du besoin et positionnement avant la formation (fiche d'évaluation et pré-audit de la présence digitale) : ils servent à construire le programme personnalisé • Évaluation des compétences SEO, SEA et SMO au début du module publicité (jour 8) et quiz réguliers • Livrables évalués à chaque demi-journée, exercices et mises en situation • Évaluation finale des acquis au regard des objectifs • Émargement par demi-journée • Questionnaire de satisfaction en fin de formation et 1 mois après
Validation	Attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la durée et les résultats de l'évaluation des acquis ; certificat de réalisation. Cette formation ne mène pas à une certification inscrite au RNCP ou au RS.
Accessibilité aux personnes en situation de handicap	Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Avant l'inscription, contactez la référente handicap, Mélanie Chateau (m.chateau@triicom.fr) ou au 06 29 96 42 21, pour étudier les adaptations possibles. Pour une formation dans vos locaux, l'accessibilité est vérifiée avec vous en amont. Si besoin, nous vous orientons vers un partenaire spécialisé.
Indicateurs de résultats	Données du 03/03/2025 au 07/07/2026, toutes formations TRIICOM : 41 stagiaires formés · abandon : 0 % · satisfaction à chaud : 9,7/10 · recommandation : 100 %
Contact	Mélanie Chateau – m.chateau@triicom.fr – 06 29 96 42 21

Déroulé de la formation

Déroulé type, donné à titre indicatif. Pour chaque stagiaire, le programme est réécrit après l'analyse du besoin : les exemples et les livrables portent sur son entreprise et son secteur, et le temps passé sur chaque thème s'ajuste à son niveau.

Jour	Contenus	Méthodes et outils	Évaluation	Durée
1 Matin	Accueil, présentation du programme personnalisé et du livret d'accueil · Positionnement · Comprendre l'écosystème digital : fonctionnement d'un site, typologies de sites, rôle du site dans la stratégie marketing, parcours et expérience utilisateur (UX), notions clés (hébergement, nom de domaine, CMS)	Cours écrit, diaporama	Positionnement : fiche d'évaluation et pré-audit	4 h
1 Après-midi	Cadrage du projet web : objectifs du site, cible et besoins des utilisateurs, benchmark concurrentiel, arborescence, cahier des charges simplifié	Diaporama, exercices sur l'entreprise	Cahier des charges simplifié	3 h
2 Matin	Bases techniques : présentation de WordPress, installation et configuration, interface d'administration, gestion des pages, articles et médias	Diaporama, création du compte hébergeur et installation de WordPress	WordPress installé	4 h
2 Après-midi	Design et structure du site : choix d'un thème, personnalisation graphique (logo, couleurs, typographies), responsive design, structuration des pages	Pratique sur le WordPress de l'entreprise	Thème personnalisé	3 h
3 Matin	Révision · Rédaction web et ergonomie : principes de rédaction web, lisibilité et hiérarchie de l'information, titres, accroches, appels à l'action, accessibilité et bonnes pratiques UX	Cours écrit, diaporama, exercices	Quiz sur l'UX design	4 h
3 Après-midi	Pages stratégiques : accueil, services et offres, à propos, contact, mentions légales et conformité de base	Diaporama, exercices sur l'entreprise, CodePen	Pages principales créées	3 h
4 Matin	Révision · Comprendre le SEO : fonctionnement des moteurs de recherche, SEO on-page, off-page et technique, recherche de mots-clés, intention de recherche, analyse concurrentielle	Diaporama, recherche de mots-clés sur Google	Liste de mots-clés	4 h
4 Après-midi	SEO on-page : optimisation des contenus, balises title et meta description, structure Hn, images, maillage interne	Diaporama, exercices : architecture d'une page, compression d'images, hébergement de vidéos	Page optimisée	3 h
5 Matin	SEO technique et performance : vitesse de chargement, mobile first, sécurité et HTTPS, indexation et crawl, extensions SEO essentielles	Diaporama, exercices	Audit technique du site	4 h
5 Après-midi	SEO local et notoriété : référencement local, Google Business Profile, avis clients, backlinks et netlinking, suivi et ajustements	Exercice : mise à jour de la fiche Google Business Profile	Fiche Google Business Profile optimisée	3 h

Jour	Contenus	Méthodes et outils	Évaluation	Durée
6 Matin	Marketing digital, stratégie et leviers : positionnement et message, tunnel de conversion, objectifs marketing	Diaporama, exercices sur l'entreprise	Positionnement et messages clés	4 h
6 Après-midi	Marketing digital (suite) : choix des canaux digitaux, cohérence entre site, réseaux et contenus	Diaporama, exercices	Canaux retenus et plan d'actions	3 h
7 Matin	Email marketing et acquisition : bases de l'email marketing, création de newsletters, formulaires et lead magnets, RGPD et bonnes pratiques	Diaporama, création d'un compte Brevo	Première newsletter préparée	4 h
7 Après-midi	Outils digitaux et IA : outils de création de contenus, IA pour le web et le marketing, gain de temps et productivité	ChatGPT, Nano Banana Pro	Contenus produits avec l'IA	3 h
8 Matin	Évaluation des compétences SEO, SEA et SMO · Écosystème de la publicité digitale : notions et comparaison, choix de la plateforme selon la cible, effets du RGPD sur la publicité en ligne	Fiche d'évaluation, cours écrit, diaporama, exercices	Évaluation SEO / SEA / SMO	4 h
8 Après-midi	Suivi des conversions et retargeting : enjeux pour Google Ads et les Social Ads, éléments du site à suivre, Google Tag Manager, envoi vers Google Ads et les plateformes sociales	Diaporama, Google Ads, Google Tag Manager	Quiz Google Ads	3 h
9 Matin	Mesurer la performance des campagnes : critères d'évaluation, marqueurs statistiques, calcul du ROI, performances selon les médias et les objectifs · Clôture : évaluation à chaud, échanges sur les objectifs du stagiaire	Exercices, échanges	Évaluation finale des acquis, questionnaire de satisfaction	4 h
Total				**60 h**