



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions de formation

Catalogue de formations



Web & digital



Communication & stratégie



Création graphique & print



Formation

Stratégies de communication

Définir vos cibles, vos objectifs, votre positionnement et élaborer des outils de planification et pilotage de vos actions sont indispensables à l'élaboration d'une stratégie pour votre communication, qu'elle soit globale, interne, externe ou digitale.

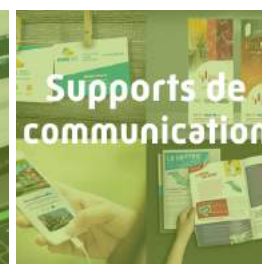
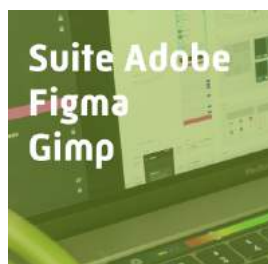


Web & Marketing digital

Offrez-vous plus d'autonomie dans la création, la gestion, l'administration de votre site web utilisant un CMS. Découvrez les leviers d'optimisation de votre référencement naturel, développez votre notoriété sur les réseaux sociaux, intégrez vos utilisateurs au cœur de votre projet web.

Création graphique

Créez et préparez sereinement vos documents pour l'impression, réalisez des retouches, montages et effets sur vos créations pour concevoir vos propres supports de communication.



Catalogue de formations :

Formations aux Stratégies de communication

Définir une stratégie de communication globale	3
Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale	5
Mettre en place un plan média	8
Mettre en place une stratégie de communication interne	9
Réussir sa communication 2.0	11

Formations Web & Marketing Digital

Réaliser et administrer son site web avec un CMS	13
Formation au CMS WordPress	15
Formation au CMS Drupal	17
Formation au CMS PrestaShop	19
Optimiser le référencement naturel de son site web	21
Initiation à l'UX (User Experience)	23
Se lancer sur les réseaux sociaux, développer et réussir sa présence	25
Maîtriser le langage HTML	28
Les feuilles de style en cascade (CSS)	30
Réaliser, diffuser des sons ou vidéos sur le web	32

Formations à la création graphique

Initiation à la suite Adobe et la chaîne graphique pour l'impression	34
Formation au logiciel Adobe Photoshop	36
Formation au logiciel Adobe Illustrator	38
Formation au logiciel Adobe InDesign	41
Utilisation de l'outil Figma	44
Formation à la création graphique avec GIMP	46
Concevoir un support de communication	48

Définir une stratégie de communication globale

En préambule...

Communiquer pour des institutions, associations, ou collectivités locales, communiquer pour une campagne de recrutement ou encore dans la cadre d'une communication sociale ou bien de crise : **ces types de communication mettent en œuvre des stratégies spécifiques.**

Comprenez les enjeux et maîtrisez la communication de votre entreprise...

Posez-vous les bonnes questions et coordonnez vos supports et moyens de communication.

Il est donc primordial pour vous d'**identifier les processus de la mise en place de VOTRE stratégie de communication !**

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Objectif

Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication externe en définissant les cibles, les objectifs et le positionnement.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Introduction à la communication - 3h

- Image de marque et identité.
- La richesse des publics et des cibles - leurs attentes.
- Une stratégie de communication au service d'objectifs définis.
- Les domaines de la communication : marchande et non marchande.

Définir un positionnement dans un contexte spécifique - 3h

- Définir le contexte dans lequel s'inscrit une stratégie de communication.
- Analyse de la concurrence et de leur positionnement.
- Réalisation du SWOT : strengths (forces), weaknesses (faiblesses), opportunities (opportunités), threats (menaces).

Définir une stratégie de communication - 3h

- Pour qui communiquer ? Définir le profil de ces cibles de communication - leurs attentes.
- Pourquoi communiquer ? Définir les objectifs, le positionnement.

Mettre sa stratégie en application - 3h

- Quand communiquer et avec quel budget ? Sur quels supports communiquer ? (supports papier, supports multimédia).
- Élaborer un planning.
- Gérer les relations avec les intervenants du monde de la communication.



aneth Thaumiaud,

Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale

En préambule...

Les actions de communication digitale ne sont efficaces que si elles sont articulées autour du site web et conçues en cohérence avec la stratégie de communication globale et les objectifs marketing.

Générer du trafic, convertir les prospects, analyser les comportements des internautes, fidéliser les clients : tels seront les objectifs que vous atteindrez en ayant défini et mis en œuvre une stratégie digitale.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de formuler et d'exécuter sa stratégie digitale globale déclinée en plan d'actions pour servir des objectifs dont l'atteinte sera mesurée par des indicateurs de performance.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine du digital.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques.

Objectif

Définir et mettre en place d'une stratégie digitale pour se lancer et développer son entreprise ou sa marque sur le web.

Maîtrise des dernières tendances et innovations en matière de digital.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur la définition d'une stratégie digitale, la mise en place d'action ainsi que sur le contenu du programme de formation détaillé ci-dessous. Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

1) Définir sa stratégie digitale - 6h

1. Votre stratégie de communication globale :

- a. Diagnostic : analyse de votre activité et de votre environnement
- b. Définition de vos cibles et de votre positionnement
- c. Matrice SWOT : outil de pilotage et de stratégie de communication
- d. Définition des objectifs
- e. Définition de la stratégie de communication globale

2. Identifier les freins et leviers de la transformation digitale

- a. Les freins principaux rencontrés
- b. Les leviers pour réussir votre transformation digitale

3.Stratégies contenus

- a. Content Marketing
- b. Brand Content
- c. Storytelling

4.Articulation On-site / Off-site

- a. Paid, Owned, Shared & Earned Media
- b. Inbound et Outbound Marketing

5.Off-site

- a. Outils d'acquisition et de fidélisation : SEA (display, search, vidéo, shopping), emailing, newsletter et réseaux sociaux.
- b. Identifier les réseaux sociaux que l'on souhaite investir et la(les) ligne(s) éditoriale(s) à développer
- c. Réseaux sociaux : publication organique et Community Management
- d. Réseaux sociaux : gestion des commentaires
- e. L'importance de la création d'infographies
- f. Relations influenceurs et contenu d'experts

6.On-site

- a. Landing page
- b. Référencement / SEO,
- c. Ergonomie et UX

7.Elaborer le plan d'actions

- a. Bilan de l'analyse
- b. Écrire un planning de publication et de diffusion global : hebdo, mensuelles et annuelles et les bilans et analyses. (*Google Sheets*)
- c. Réseaux sociaux : animer et développer sa communauté : temporalité des posts et annonce, phase d'analyse des statistiques.
- d. Définir des ressources associées
- e. Business plan et ROI

II) Mettre sa stratégie en application - 6h

1.Créer et paramétrer ses comptes réseaux sociaux, publier

- a. Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok : configuration, et création des gabarits
- b. Appliquer le planning de publication avec HootSuite

2.Publications sponsorisées

- a. Quand et comment créer des campagnes sponsorisées ?
- b. Google Ads, Youtube Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads Manager
- c. Objectifs, ciblage et budget

3.Mesurer l'impact de sa communication et l'engagement de ses followers

- a. Google Analytics
- b. Search Console
- c. Réseaux sociaux

4. Conception des newsletters et plateformes de mailing :
 - a. Utilisation de MailJet
5. Vérifier les KPI, réaliser des bilans et analyse mensuels et annuels
6. Optimiser les éléments et les contenus, ajuster les dépenses, ajuster la stratégie



Pierrick Baillet,
Chef de projet de la couleur du Zèbre, Strasbourg

expert digital business developer, stratège digital et créateur de site web wordpress - Fort d'une expérience d'accompagnement à la digitalisation de plusieurs centaines d'entreprises, pour imaginer ou développer les projets digitaux.

pierrick@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69 / 07 82 93 64 53

Dernière mise à jour : Janvier 2022 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.

Mettre en place un plan média

En préambule...

Organiser sa communication n'est pas chose aisée. Avant de savoir coordonner ses actions et les prévoir dans son plan média, il s'agit d'avoir une stratégie de communication bien établie.

Posez-vous les bonnes questions et coordonnez vos supports et moyens de communication. Comprenez les enjeux et maîtrisez la communication de votre entreprise.

À l'issue de la formation, vous serez en capacité de structurer votre plan média pour le rendre pérenne et exploitable d'une année à l'autre.

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Objectif

Savoir appliquer une stratégie de communication pour la création et l'exploitation d'un plan média.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Introduction à la communication - 3h

- Image de marque et identité
- La richesse des publics et des cibles - leurs attentes
- Une stratégie de communication au service d'objectifs définis

Définir une stratégie de communication - 3h

- Définir le contexte dans lequel s'inscrit une stratégie de communication (analyse, audit...)
- Pour qui communiquer ? (définition des cibles)
- Pourquoi communiquer ? (définition des objectifs, du positionnement)

Les supports de communication - 3h

- Comment communiquer ? (supports papier, supports multimédia)
- Quelle interaction entre les supports et les stratégies à mettre en œuvre ?

Quand communiquer et avec quel budget ? - 3h

- Elaborer un planning
- Gérer les relations avec les intervenants du monde de la communication



aneth Thaumiaud,

Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE

Programme de formation - 1 jour - Niveaux : initiation / intermédiaire

Mettre en place une stratégie de communication interne

En préambule...

Communiquer en interne est essentiel pour fédérer et créer l'adhésion de chaque acteur d'une organisation.

La communication interne est une spécialité méconnue et souvent négligée des métiers de la communication.

Bien menées, les actions de communication interne contribueront à une forte sensibilisation et à l'implication du personnel, pour ensuite favoriser le bon fonctionnement de l'entreprise, et finalement, l'efficacité du système de management.

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de mettre en place votre stratégie de communication interne.

-
Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-
Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication interne.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Introduction à la communication interne - 2h

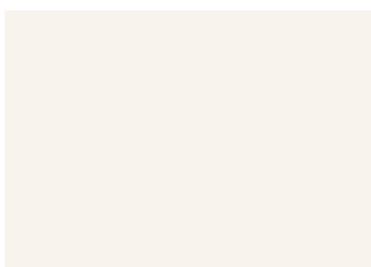
- Histoire
- Investissement
- Effectifs
- Profils
- Objectifs
- Sujets
- Outils et dispositifs

La communication interne est un type de communication - 1h

- Processus de communication
- Les 5 W

La communication interne au cœur des activités de l'entreprise - 1h

- Le contrôle de gestion
- La Gestion des ressources humaines



La communication interne, organisation et stratégie - 2h

- La communication interne et la culture d'entreprise
- Les moyens de la communication interne



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Réussir sa communication 2.0

En préambule...

Aujourd'hui, la réputation et l'image de marque d'une entreprise ne dépend plus uniquement de la communication mise en place par cette dernière mais, en grande partie, de la perception qu'a le grand public de cette image faite via internet.

À l'ère du Web 2.0, l'internaute devient acteur du Web et utilise de plus en plus les moyens mis à sa disposition pour faire entendre sa voix.

Il est donc primordial pour l'entreprise d'**adapter son discours pour une communication 2.0 réussie !**

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'identifier les différents supports digitaux sur lesquels déployer une stratégie de communication.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication interne.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

Le web 2.0 et ses acteurs - 1h30

- Histoire
- Investissement
- Effectifs
- Profils
- Objectifs
- Sujets
- Outils et dispositifs

La spécificité des supports - 1h

- Internet (sites, blogs...) - Extranet - Intranet
- Site mobile - Portail d'information - E-commerce

Les médias sociaux - 1h30

- Nuance entre médias sociaux et réseaux sociaux
- Tour d'horizon des médias sociaux (plateformes de partage, réseaux sociaux...)
- Focus sur Facebook (nuance entre page et compte, quelle utilisation, quel ton...)

Outils et stratégies - 2h

- Les réseaux sociaux et le métier de community manager
- La notion d'e-buzz
- Le référencement (payant, naturel, netlinking)
- E-Mailing , Newsletters et Bannières publicitaires



aneth Thaumiaud,

Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un système de création et de gestion de contenus

Réaliser et administrer son site web avec un CMS

En préambule...

Être sur le web est indispensable pour votre structure. De nombreuses plateformes web vous mettent à disposition une page ou un mini-site, mais ces services sont limités.

Disposer de son propre site est une garantie de crédibilité et de contrôle de son image. Vous êtes alors libre de personnaliser l'apparence de votre site, d'en modifier les contenus, d'en travailler le référencement, etc. Avec les CMS*, vous créez et mettez à jour votre site web en toute simplicité sans avoir à programmer du code HTML.

De plus, souscrire à un hébergement et un nom de domaine n'est pas forcément coûteux à condition de choisir une offre adaptée à vos besoins.

Consolidez vos connaissances du web et n'ayez plus peur de réaliser votre propre site !

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

Pré-requis

Utilisation courante des logiciels de traitement de texte et d'un navigateur Internet. La connaissance du langage HTML n'est pas nécessaire.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

- Acquérir les connaissances nécessaires afin de mettre en ligne un site web simple et administrable.
- Comprendre le fonctionnement d'un site web, d'un hébergement web, savoir installer un système de gestion de contenu de site web pour administrer le site (CMS), savoir créer des pages avec textes et images.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à installer un CMS et à le mettre en ligne un site web. Évaluation théorique par QCM.

Les fondamentaux

- Comprendre Internet et le web
- Les navigateurs
- Type de pages et fichiers consultables dans un navigateur

Environnement technique

- Caractéristiques d'un hébergement web
- Nom de domaine et adresses mail
- Logiciels FTP et transfert de fichier

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Type de site web

- Site web statique (pages et liens)
- Site web dynamique (définition de CMS, backoffice, frontoffice, et base de données, les thèmes et les interfaces graphiques)

Mise en place d'un site web dynamique

- Type de CMS et références
- Présentation de Wordpress et Installation du système
- Création de pages et rubriques
- Les modules et la personnalisation de l'interface graphique



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un système de création et de gestion de contenus

Formation au CMS WordPress

En préambule...

Le CMS Wordpress est une application web Open Source permettant de créer et d'administrer simplement et rapidement un site web.

Grâce à ses nombreuses fonctionnalités et la diversité de ses interfaces graphiques de site, le CMS WordPress est devenu l'application gratuite la plus répandue pour la gestion de sites web et de blogs.

Le CMS WordPress propose la possibilité de télécharger gratuitement ou d'acheter des thèmes et extensions pour personnaliser et rendre unique votre site web.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de mettre en ligne le CMS WordPress, saura produire et gérer des contenus sur son site et personnaliser son interface graphique.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Utilisation courante des logiciels de traitement de texte et d'un navigateur Internet.

Durée

Programme sur un total de 18 heures soit 3 jours.

Objectif

Découvrir et prendre en main le CMS WordPress, savoir créer son site web, savoir mettre en ligne le CMS WordPress et gérer les contenus du site, savoir personnaliser son interface graphique.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à réaliser mettre en ligne un site web, à personnaliser son apparence et à gérer le contenu des pages web.

Présentation de WordPress - 4h

- Rappel sur le fonctionnement des CMS
- Présentation de WordPress, son historique, sa philosophie
- Installation et paramétrage de WordPress
- Téléchargement et installation d'un serveur local pour le développement de site
- Téléchargement du logiciel Wordpress, installation sur le serveur local et paramétrage

Administration de WordPress - 4h

- Analyse des gabarits et fonctionnalités du front office
- Présentation de l'interface d'administration et du tableau de bord
- Pages, articles, catégories et commentaires : création et modification des contenus
- Les médias : photos, documents, vidéos, etc.
- La gestion des menus
- La gestion des comptes utilisateurs

- Installer des extensions (plugins) : formulaire de contact, optimisation du référencement, diaporama, etc.
- Création et restauration de sauvegardes

Apparence de votre site web - 4h

- Changer de thème graphique
- Les gabarits et widgets
- Personnaliser votre thème : couleurs, images et logos

Mettre en ligne - 3h

- Logiciel FTP : Filezilla. Paramétrage du logiciel
- La procédure de mise en ligne d'un site administré par CMS
- Pourquoi et comment appliquer les mises à jour du site
- Sauvegarde et sécurité

Cas pratique - 3h

- Mise en place du CMS WordPress, ajout de pages et de modules, réalisation d'une mise en page avec images, liens, vidéos, etc.



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Novembre 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un système de création et de gestion de contenus

Formation au CMS Drupal

En préambule...

Le CMS Drupal est une application web OpenSource permettant de créer et d'administrer des sites web de moyenne ou de grande envergure.

La version 9 est disponible depuis 2020. Ce CMS dispose de plus de 15000 modules et 1800 templates gratuits.

Il dispose d'un gestionnaire de types de contenus très efficace pour réaliser des sites spécifiques (sites administratifs pour les collectivités, catalogues de produits, e-commerce, sites multilingues, intranets ou multisites).

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Utilisation courante des logiciels de traitement de texte et d'un navigateur Internet.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

Découvrir et prendre en main le CMS Drupal, savoir mettre en ligne le CMS et gérer les contenus du site, personnaliser son interface graphique.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels. Un mode d'emploi du CMS Drupal est fourni.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à réaliser mettre en ligne un site web, à personnaliser son apparence et à gérer le contenu des pages web

Présentation de Drupal

- Rappel sur le fonctionnement des CMS
- Présentation de Drupal, de son historique et de sa philosophie
- Téléchargement et installation d'un serveur local pour le développement de site
- Téléchargement du logiciel Drupal, installation sur le serveur local et paramétrage

Administration de Drupal

- Analyse des gabarits et des fonctionnalités du front office
- Présentation de l'interface d'administration et du tableau de bord
- Configuration du site et version multilingue
- Pages, articles, produits, etc. : les types de contenus
- La gestion des menus
- La gestion des comptes utilisateurs
- Installer des extensions (plugins) : type de champ, diaporama, agenda, etc.
- Création et restauration de sauvegardes

Apparence de votre site web

- Changer de thème graphique
- Régions, blocs et vues : création et modification des gabarits
- Création d'un thème : fichiers de configuration, feuilles de styles et javascript, création de templates
- Création d'un module

Mettre en ligne

- Logiciel FTP Filezilla. Paramétrage du logiciel
- Procédure de mise en ligne d'un site administré via un CMS
- Pourquoi et comment appliquer les mises à jour du site
- Sauvegarde et sécurité

Cas pratique

- Mise en place du CMS Drupal, ajout de pages, de blocs et de modules, réalisation d'une mise en page avec images, liens, vidéos, etc.



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un système de création et de gestion de contenus

Formation au CMS PrestaShop

En préambule...

PrestaShop est une application Web open source permettant de créer une boutique en ligne dans le but de réaliser du commerce électronique.

L'application est publiée selon les termes de la licence Open Software 3.01. PrestaShop est aussi le nom de la société éditrice de cette solution.

À l'issue de cette formation, vous aurez pris en main le logiciel PrestaShop et serez en mesure de gérer les contenus de votre site web.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Utilisation courante des logiciels de traitement de texte et d'un navigateur Internet.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

Découverte et prise en main du CMS PrestaShop, savoir mettre en ligne le CMS et gérer les contenus du site, personnaliser son interface graphique.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à réaliser mettre en ligne un site web, à personnaliser son apparence et à gérer le contenu des pages web

Présentation de PrestaShop

- Prestashop, sa philosophie et ses concepts
- Historique
- Offres commerciales de la société Ressources en ligne

Installation et paramétrage PrestaShop

- Téléchargement et installation d'un serveur local pour le développement et/ou la réalisation d'un site
- Téléchargement du logiciel Prestashop
- Installation et paramétrage de Prestashop sur réseau local
- Présentation de l'interface Back et Front de Prestashop

Identifier un template

- La console administrateur et ses onglets de gestion
- Téléchargement des photos dans le logiciel
- Publication des composants et modules
- L'affichage des produits

- Présentation du compte client et de son panier
- Transactions
- Statistiques

Réaliser la page d'accueil du site et une page produits PrestaShop

- Création des menus du site
- Création de catégories de produits
- Saisie du texte et mise en forme
- Insertion de photos et images

Finaliser son site et ses pages produits

Personnalisation PrestaShop

- Outils nécessaires à la personnalisation
- Architecture et organisation de dossier
- Création d'un nouveau thème à partir du modèle de base
- Déplacement des blocs d'une page
- Comment accorder le thème à sa charte graphique grâce aux CSS ?

Hébergement PrestaShop

- Choix de l'hébergeur
- Identification des codes d'accès pour le téléchargement du site

Mettre en ligne PrestaShop

- Logiciel FTP : Filezilla
- Paramétrage de ses données (fournis par l'hébergeur)
- La procédure de téléchargement d'un site
- Mise en application de cette procédure
- Pourquoi et comment appliquer les mises à jour du site ?

Mode de paiement sécurisé

- Les différentes solutions de paiement
- Leurs Avantages et inconvénients
- L'installation d'un module bancaire

Sauvegarde et sécurité du site PrestaShop

- Les règles de sécurité de base
- La Sauvegarde de son site
- La Sauvegarde de sa base de données



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Découverte du référencement naturel

Optimiser le référencement naturel de son site web

En préambule...

Aujourd'hui, être présent sur le web pour une entreprise ne suffit plus, il faut être visible. La compétition pour apparaître dans les premières pages des moteurs de recherche est très forte.

Bien référencer son site nécessite des connaissances techniques et un travail au quotidien.

Cette formation à l'optimisation du référencement naturel vous permettra de mieux comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et la structure des sites web pour ainsi, pouvoir maîtriser l'optimisation de toutes les pages de votre site web.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Maîtriser les bases de l'informatique et de la navigation sur internet.

Durée

Programme sur un total de 18 heures soit 3 jours.

Objectif

Bien rédiger ses contenus pour le web.
Mettre en place une stratégie éditoriale.
Analyser le positionnement des concurrents.
Aller plus loin que le référencement avec les réseaux sociaux et le marketing viral.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à :

- rédiger des contenus pour le web, mettre en place une stratégie éditoriale
- étudier le positionnement des concurrents
- aller plus loin que le référencement avec les réseaux sociaux et le marketing viral.

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

Introduction

- L'univers du digital
- Définition des termes utilisés dans le référencement
- Notions d'HTML et présentation rapide des autres langages
- Fonctionnement d'un moteur de recherche

Optimiser l'aspect technique de son site web

- La création et l'administration d'un site web
- Ce que voit Google
- Temps de réponse
- Netlinking

- Règles à respecter pour ne pas être pénalisé
- Outils pour analyser et optimiser son positionnement

Optimiser les contenus sémantiques de son site web

- Bien rédiger ses contenus pour le web
- Mettre en place une stratégie éditoriale
- Mauvaises pratiques
- Tendances et évolutions du référencement naturel
- Outils de mesure des performances sémantiques

Suivre l'optimisation du référencement naturel

- Réaliser son audit SEO
- Outils pour suivre et analyser l'évolution du SEO

Cas pratique

- Étude du positionnement des sites participants



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Conseil et marketing digital

Initiation à l'UX (User Experience) : Comprendre l'utilisateur pour créer des expériences de navigation adaptées

En préambule...

Comprendre les besoins de vos internautes, les guider dans leur navigation, les amener, à travers des parcours utilisateurs, vers la réalisation d'actions sur votre site web :

Tels sont les objectifs de la réflexion UX (User eXperience ou expérience utilisateur en français), déterminante dans la performance de vos sites web.

Dans cette formation, l'UX est abordée à travers plusieurs thématiques et concepts (utilité, utilisabilité, marketing, psychologie, gestion de projet, mobile...) Il s'agit de comprendre les mécaniques de l'utilisateur (U/user) pour arriver à concevoir des expériences (X/expérience) adaptées à un contexte de consultation et en cohérence avec une stratégie (communication, marketing, contenus...)

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

Pré-requis

Maîtriser les bases de l'informatique et de la navigation sur internet.

Durée

Programme réalisé sur 2 jours .
Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques.

Objectifs

Comprendre les mécaniques de l'utilisateur (U/user)
Concevoir des expériences (X/expérience) adaptées à un contexte de consultation et en cohérence avec une stratégie (communication, marketing, contenus...)

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques.

Comprendre la démarche UX

- Repères et dates clés
- Les 6 piliers de l'UX
- Une démarche encore récente, des confusions persistent
- UX et UI : quelle différence ?
- UX et ergonomie : quelle différence ?

Le "U" de UX

- Interaction homme/machine
- L'utilisabilité et l'utilité
- L'accessibilité
- Le marketing
- Les outils, les contrôles et les tests

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Le "X" de UX

- Écouter et comprendre les schémas de pensées des utilisateurs
- (La psychologie cognitive, théories et lois, signifiante et perceptions...)
- Le design d'interaction
- Marketing sensoriel et émotionnel
- Exercice pratique

L'UX dans la gestion de projet MOA-MOE

- UX classique et Agile UX ?
- Design Thinking

UX : Aujourd'hui et demain

- Les enjeux de la démarche UX
- Cartographier l'UX
- Les Gafa's et l'UX

L'UX et le mobile

- Chiffres clés
- Systèmes d'exploitation et interfaces
- Manipulations et habitudes
- Stratégie mobile dédiée ou unifiée ?
- Continuité de l'expérience et perception
- L'importance de l'expérience utilisateur



aneth Thaumiaud,

Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Février 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.

Stratégie Réseaux Sociaux

Se lancer sur les réseaux sociaux, développer et réussir sa présence

En préambule...

Alors que plus d'1 français sur 2 est actif sur les réseaux sociaux, peut-on encore penser stratégie de communication sans penser réseaux sociaux ?

Aujourd'hui, communiquer de façon efficace sur les réseaux sociaux offre de véritables opportunités pour interagir avec votre audience.

Visibilité, ciblage précis et création d'interactions, les réseaux sociaux sont devenus un outil d'information et d'engagement non négligeable dans l'établissement de vos stratégies de communication.

Mais pour en tirer le meilleur parti, il est nécessaire de connaître les caractéristiques de chaque réseau social et d'adapter votre community management à chaque support.

Le community management est aujourd'hui devenu une discipline à part entière qu'il est nécessaire d'intégrer à votre stratégie de communication globale, qui se structure et répond à

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine du digital.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques.

Objectif

Mise en place d'une stratégie digitale pour se lancer et développer son entreprise ou sa marque sur les réseaux sociaux. Créer des contenus de qualité et définir une stratégie réseaux sociaux.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques.

Jour 1

Création d'image pour les réseaux sociaux 1/2

- Concevoir un visuel ou une infographie pour les réseaux sociaux : les questions à se poser avant la création d'un visuel (fonction de l'image, cadrage et expressivité, illustration et motion, datavisualisation, photo et vidéo),
- Maîtriser l'expressivité des formes et des couleurs, de l'organisation d'une mise en forme.
- Les outils de création de visuels et de manipulation du vectoriel (illustrator, figma) : Le dessin vectoriel, manipulation de la plume, points d'ancrage et points directeurs, arcs et formes simples - Le crayon et le pinceau - Les types de sélection - Les formes et les symboles - Les styles graphiques, gestion des couleurs et bibliothèques.

des objectifs précis.

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Jour 2

Création d'image pour les réseaux sociaux 2/2

- Créer des visuels avec les bonnes typographies : leurs rôles, les classifications et leurs usages, maîtriser son choix et l'impact recherché. Attirer « avec les mots » comme visuel.
- Comprendre et maîtriser les résolutions d'images et format d'enregistrement pour le digital. Les formats et tailles d'images pour les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram) : illustration des posts ou sponsorship.
- Imaginer une animation / Quels outils utiliser / Savoir scénariser, construire et raconter une histoire: développer le storytelling (structure, rythme, personnages...) - Comment capter l'attention et développer l'expérience utilisateur / L'impact de la musique dans la perception d'un message.
- Construire un texte pour les réseaux sociaux : définir son positionnement et son identité - construire une image cohérente (charte graphique, logo intro et outro d'animations) et un positionnement identifié (ligne éditoriale, ton et signature).

Jour 3

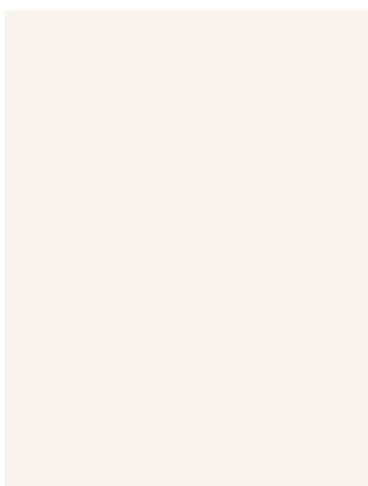
Développer sa stratégie sur les réseaux sociaux

- Définir une stratégie digitale globale : Cibles et positionnement / Philosophie et objectifs / Les facteurs de succès / Relations influenceurs et contenu d'experts : établir des partenariats en lien avec la stratégie éditoriale.
- Identifier la(les) ligne(s) éditoriale(s) à développer : cible, objectif et ton sur chaque réseau Social, recherche du champ lexical (et des emojis) adapté au langage de sa cible, analyse des stratégies éditoriales concurrentes) / Créer du contenu engageant : le choix des thématiques / Impliquer l'audience, inciter au partage, ajouter un appel à l'action, le contenu à valeur ajoutée, quels contenus sur quels réseaux).
- Attirer et convertir : Favoriser l'inbound Marketing, développer le social selling / quel réseau choisir.
- Animer et développer sa communauté / Construire un plan d'actions (temporalité des posts et annonce, phase d'analyse des statistiques).
- Profil community manager (qualité, tâches quotidienne...)
- Good Buzz et Bad Buzz (la gestion de crise, gérer un troll).

Jour 4

Créer ses comptes, publier, analyser / mesurer / adapter

- Créer et paramétrer ses comptes sur les réseaux sociaux.
- Définir les rôles administrateurs : la gestion de pages à plusieurs.
- Appliquer un planning de publication et organiser son temps de gestion des réseaux sociaux : les publications programmées.



- Mesurer la performance de ses réseaux sociaux (facebook my business, que révèlent les statistiques des réseaux sociaux).
- Mesurer l'impact de sa communication avec Google Analytics.
- Les publications sponsorisées : Quand faut-il créer des campagnes sponsorisées ? Comment créer une campagne sponsorisée ? (les outils Facebook Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads Manager...) Les formats publicitaires
Créer une campagne sponsorisée efficace : un contenu rédactionnel et visuel, engageant Objectifs, ciblage et budget (CPC, CPM, CPA, CPL) / Campagnes sponsorisées et Google Ads ; multiplier les points de contact avec ses cibles).
- Mesurer l'efficacité de ses campagnes
- Gérer les avis utilisateurs Google (initier/favoriser, collecter, répondre, publier)



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Février 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.

Programme de formation - 2 jours - Niveaux : intermédiaire

Maîtrise d'un langage informatique

Maîtriser le langage HTML

En préambule...

Le langage HTML est la base du web. La maîtrise de ce langage est indispensable pour la création d'un site web (statique ou dynamique), d'une application en ligne, pour l'optimisation du référencement d'un site ou pour tout métier en rapport avec le web.

Ce langage est utilisé en complément d'autres langages : PHP, Javascript et notamment les feuilles de style CSS qui permettent de réaliser le design des pages web...

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'éditer des pages web et créer un site web en utilisant le langage HTML.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Pratique d'internet et pratique de la bureautique, idéalement avoir des connaissances en programmation.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Objectif

Maîtriser le langage HTML afin d'éditer des pages web et créer un site web puis le publier.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à éditer en HTML une page web afin de créer et publier un site. Évaluation des techniques et composantes du langage par QCM.

Introduction aux sites web

- La structure des sites web
- Architecture clients-serveurs
- Les applications web et sites dynamiques

Principes de base de l'HTML

- Balises et attributs
- Éléments en ligne et blocs
- Caractères HTML

Structure d'une page HTML

- Structure Head/Body
- Balise Meta
- Informations serveur

Balises de mise en page du texte

- Les paragraphes, les retraits, le gras et l'italique
- Création de listes à puces et numérotées, citations et tableaux

Insérer des images et des vidéos

- Les formats d'images du web
- Taille, positionnement par rapport au texte, texte alternatif
- Insérer un son, une vidéo, une animation flash

Cas pratique

- Réalisation d'une page web et mise en application de la théorie

Navigation et liens hypertextes

- Lien vers une page interne ou vers un site externe, vers une ancre
- Lien sur une image, une partie d'image
- Lien vers une messagerie

Structure des pages

- Utilisation de divisons
- Balises HTML5

Créer des formulaires

- Les différents types de champs : texte, multilignes, mot de passe, menu déroulant, case à cocher Structure du formulaire et bouton d'envoi

Cas pratique

- Réalisation d'une page web et mise en application de la théorie

Les feuilles de style CSS

- Principales propriétés CSS
- Insérer du code CSS ou appeler une feuille externe
- Définir des classes et identifiants dans les balises

Structurer un site web

- Règles de navigation et création d'un menu
- Optimisation pour le référencement
- Mise en ligne des fichiers via FTP

Cas pratique

- Réalisation d'un site web et mise en application de la théorie



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un langage informatique

Les feuilles de style en cascade (CSS)

En préambule...

Les feuilles de style CSS - de l'anglais : Cascading Style Sheets - forment un langage informatique qui décrit la présentation des documents HTML et XML.

Elles permettent de réaliser le design des sites web. En appliquant des CSS à votre site web, vous séparez le fond et la forme, et optimisez ainsi la sémantique HTML pour plus d'accessibilité et un meilleur référencement naturel...

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'éditer des pages web et créer le design de votre site web en utilisant le CSS.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Maîtrise du langage HTML.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Objectif

Maîtriser le langage CSS afin d'éditer des pages web et créer le design d'un site web.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à créer un site en HTML et le mettre en forme en CSS. Évaluation des techniques et composantes du langage par QCM.

Introduction aux CSS

- Avantages
- Différentes méthodes d'utilisation
- La syntaxe
- Commentaires conditionnels

Les sélecteurs et leurs structures

- Éléments imbriqués
- Héritage
- Classes et identifiants

Les propriétés

- Les unités
- Les polices et alignements
- Les marges
- Les bordures
- Les dimensions
- Les fonds, ombres et couleurs
- Les positions des blocs

- Les listes
- Les éléments de formulaires

Cas pratiques

- Réalisation d'une page web et mise en application de la théorie

Javascript et CSS

- Modification des styles en Javascript Effets : apparition, cliqué-glissé, menu déroulant... /



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise des contenus audiovisuels sur le web

Réaliser, diffuser des sons ou vidéos sur le web

En préambule...

La vidéo est maintenant présente sur tous les sites web et est à l'origine de la majorité du trafic en ligne.

Avec la démocratisation des smartphones, il est devenu très simple de réaliser une prise de son et de vidéo pour une diffusion sur Internet.

Diffuser des contenus riches et vivants et maîtriser la réalisation et la mise en ligne de ces médias est indispensable pour dynamiser votre site web.

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de produire et diffuser des contenus audios et vidéos de qualité sur internet.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Utilisation courante des logiciels de traitement de texte et d'un navigateur Internet.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

- Acquérir les connaissances nécessaires afin de réaliser un enregistrement audio numérique simple ou une vidéo numérique simple et la diffuser sur Internet.
- Choisir le matériel et le logiciel appropriés, bien réaliser sa prise de son et vidéo, réaliser un montage simple, comprendre les différents formats vidéo, optimiser la qualité du rendu et la taille des fichiers d'export et diffuser son enregistrement sur Internet.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à réaliser un montage vidéo et audio et à le diffuser sur le web. Évaluation théorique par QCM.

Bases théoriques

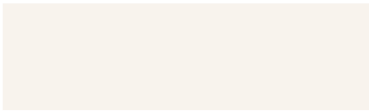
- Les formats audio et vidéo
- Logiciels pour amateurs et professionnels

Mise en pratique

- Montage audio et vidéo
- Traitement des images et du son
- Export et paramètres de rendus

Diffuser sur le web

- Le streaming et intégration aux sites web
- Les plateformes de vidéo à la demande (VOD)



- Les plateformes de diffusion audio / Les réseaux sociaux



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Formation à la création graphique

Initiation à la suite Adobe et la chaîne graphique pour l'impression

En préambule...

Aujourd'hui, pour concevoir un support de communication de façon professionnelle, il est nécessaire de comprendre le fonctionnement de la chaîne d'impression. Pour cela, il vous faut appréhender les trois principaux logiciels de la suite éditée par la société Adobe.

Avec la connaissance de Illustrator, InDesign et Photoshop et avec une bonne identification des différents acteurs de la chaîne graphique, vous gagnerez en temps et argent.

À l'issue de cette formation, vous connaîtrez les bases de la chaîne graphique et de l'utilisation des logiciels de la suite Adobe.

À terme, vous n'aurez peut-être plus à externaliser la réalisation de vos supports de communication.

Pré-requis

Avoir déjà une pratique de l'outil informatique et une connaissance de la suite ADOBE (photoshop ou illustrator ou InDesign).

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

- Identifier les spécificités de chaque logiciel.
- Comprendre la chaîne graphique et ses intervenants.
- Se positionner dans ce processus global.
- Travailler en CMJN et en RVB. - Gestion de la couleur dans l'impression (contraintes et possibilités).
- Types de papiers et conséquences sur la couleur.
- Paramétrer un document numérique et préparer un fichier pour l'impression.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques.

Les spécificités des logiciels

- Illustrator
- InDesign
- Photoshop
- Les palettes et outils (Illustrator, InDesign et Photoshop)

Les chaînes graphiques pour l'impression et la publication

- Identifier les étapes et les intervenants
- Situer son travail dans un processus global
- Maîtrise du processus

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Le monde de l'imprimé, le monde du digital

- Modes couleurs RVB et CMJN

Les types d'impressions

- Quadrichromie : impressions offset et numérique
- Tons directs : sérigraphie, pantone...

Les outils de travail

- Les outils de paramétrage
- Les nuanciers quadri
- Le nuancier pantone



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Octobre 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un outil de création graphique

Formation au logiciel Adobe Photoshop

En préambule...

Photoshop est un logiciel de retouche, de traitement et de dessin édité par la société Adobe.

Photoshop est principalement utilisé pour le traitement de photographies numériques, mais sert également à la création d'images.

Photoshop est devenu depuis quelques années une référence professionnelle de la retouche d'images : il offre un environnement professionnel complet pour créer des images destinées à l'impression, au Web et à bien d'autres médias.

À l'issue de cette formation, vous connaîtrez les bases de l'utilisation de Photoshop et serez en mesure de créer et retoucher des visuels avec ce logiciel.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur

Pré-requis

Aucun.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

Découverte et prise en main du logiciel pour maîtriser les principales fonctionnalités de Photoshop : réaliser des retouches sur une image - concevoir des montages et créer des effets grâce aux calques et aux filtres.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Introduction - 3h

- Le positionnement de Photoshop et logiciels satellites
- Les images numériques et images vectorielles en presse et multimédia
- Les caractéristiques, formats et résolutions

Présentation - 6h

- L'environnement de travail
- Les préférences
- Unités, repères et la grille
- La navigation et géométrie de l'image
- Les outils et palettes / Les modes colorimétriques
- Les résolutions et tailles d'image
- Taille de l'image et taille de la zone de travail
- L'ouverture et les formats d'enregistrement des images

notre livret d'accueil
téléchargeable [sur notre
site web](#) en bas de page.

Travail avec les outils - 6h

- Les outils de sélection de zones de travail : lasso, rectangle de sélection, sélection par plage de couleur
- Les outils textes
- Les outils de dessin : pinceau, crayon, formes géométriques
- Les outils de correction et de copie, collage et duplication
- Les outils de détourage et masque de fusion

Travail avec les palettes - 6h

- Manipulation de calques : empilement de zones graphiques, utilisation de transparence et autres effets, photomontages complexes
- Les calques de réglages et palette de couleurs : changement de palette, réglages colorimétriques, luminosité, contraste et saturation
- Palettes de filtres et effets : textures, ombres, renforcement des contours, estampage, flou...
- Palette historique

Optimiser son travail - 3h

- Les scripts
- Les automatisations
- Les fonctions avancées



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.
aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Programme de formation - 4 jours - Niveaux : initiation / intermédiaire / expert

Maîtrise d'un outil de création graphique

Formation au logiciel Adobe Illustrator

En préambule...

Illustrator est le logiciel de référence de création vectorielle dans les environnements professionnels, il est édité par la société Adobe.

Illustrator offre des outils de dessin vectoriel puissants. Adapté aussi bien à la création de documents imprimés qu'à celle d'illustrations pour le web (logos, affiches, etc.), ce logiciel intègre de nombreuses options propres à améliorer la productivité.

À l'issue de cette formation, vous maîtriserez les bases d'utilisation d'Illustrator et serez en mesure de réaliser des dessins vectoriels.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Aucun.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

Découverte et prise en main du logiciel. Acquérir les bases essentielles d'Illustrator et mettre en pratique les fonctions principales d'Illustrator afin de produire des images vectorielles de qualité.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Introduction - 3h

- Le positionnement de Illustrator et logiciels satellites
- Les images numériques et images vectorielles en presse et multimédia
- Les caractéristiques, formats et résolutions

Présentation - 3h

- L'environnement de travail
- Les préférences
- Unités, repères et la grille
- Navigation et géométrie de l'image
- Les outils et palettes
- Les modes colorimétriques

La notion d'objet - 3h

- Le fond et les contours
- Les plans successifs
- Ordre de superposition
- Association et dissociation

- Verrouillage et déverrouillage
- Masquage et affichage d'objets

Le dessin vectoriel - 3h

- La plume et les tracés dans Illustrator (points d'ancrage, tracés ouverts et fermés, tracés continus et discontinus, lignes directrices et points directeurs, arcs et formes simples)
- Le crayon et le pinceau
- La sélection directe
- Les formes et les symboles
- Les styles graphiques et bibliothèques

Travail avec les outils - 3h

- Les outils de sélection
- L'outil plume et les images vectorielles
- Les outils textes (texte libre, curviligne et captif)
- L'importation de texte
- La vectorisation de texte
- Les outils de dessin (pinceau, crayon, formes géométriques...)
- Les outils de correction et de copie, collage et duplication
- Les outils de détourage et masque
- Le Pathfinder (réunion de plusieurs tracés, soustraction et intersection de plusieurs tracés, exclusion, division, pochoir)

Travail avec les palettes - 3h

- Manipulation de calques (superposition de tracés, utilisation de transparence et autres effets, illustrations complexes)
- Les palettes de couleurs (nuanciers, motifs de fond, styles et dégradés)

Travail avec les repères et grilles - 5h

- Afficher, déplacer et masquer les règles et repères
- Verrouiller et déverrouiller un repère
- Effacer les repères
- Créer un repère en diagonale
- Convertir un objet en repère
- Convertir un repère en tracé

Enregistrement, impression, exportation - 3h

- Enregistrement de base
- Autres formats vectoriels
- Formats destinés à l'impression papier et au Web



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Formation à la création graphique

Formation au logiciel Adobe InDesign

En préambule...

InDesign est un logiciel de P.A.O. utilisé pour la création et la mise en page de magazines, journaux, livres, plaquettes..., il est édité par la société Adobe.

InDesign permet de mettre en forme des mises en pages assez complexes et créatives. C'est un outil incontournable dans le monde de la communication, de l'édition publicitaire et chez les imprimeurs.

À l'issue de cette formation, vous connaîtrez les bases de l'utilisation d'InDesign et serez en mesure de mettre en page vos documents avec ce logiciel.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Aucun.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

Découverte et prise en main du logiciel afin de savoir réaliser un document destiné à l'impression.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à réaliser un document 4 pages destiné à l'impression ainsi que sur le contenu du programme de formation ci-dessous.

Introduction - 3h

- Le positionnement de InDesign et des logiciels satellites
- Les images numériques et images vectorielles en presse et multimédia
- Les caractéristiques, formats et résolutions

Présentation - 3h

- L'environnement de travail
- Les préférences
- Unités, repères et grille
- La navigation et la géométrie de l'image
- Les outils et les palettes

Les types de documents - 1h

- Gestion des pages et des fichiers
- Les pages types ou maquettes
- Numérotation des pages

Enregistrement, impression, exportation - 2h

- Enregistrement de base
- Autres formats
- Formats destinés à l'impression papier et au Web

Travail avec les outils - 3h

- Les outils de sélection
- L'outil plume et images vectorielles
- Les outils de dessin (pinceau, crayon, formes géométriques...)
- Les outils de correction, copie, collage et duplication
- Les outils de détourage et masque avec le Pathfinder (réunion, soustraction et intersection de plusieurs tracés, exclusion, division, pochoir)

Travail avec les palettes - 3h

- Manipulation de calques (superposition de tracés, utilisation de transparence et autres effets, illustrations et mises en pages complexes)
- Les palettes de couleurs et d'effets (nuanciers, motifs de fond, styles et dégradés)

Travail avec les repères et grilles - 3h

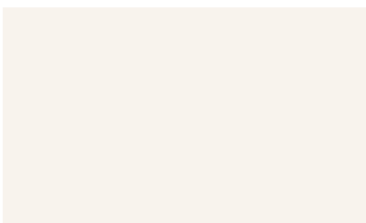
- Afficher et masquer les règles et repères
- Déplacer, verrouiller, déverrouiller, effacer un repère
- Créer un repère en diagonale
- Convertir un objet en repère
- Convertir un repère en tracé
- Travailler avec une grille

Travail avec les objets - 3h

- Le fond et les contours
- Les plans successifs
- Ordre de superposition
- Association et dissociation
- Verrouillage et déverrouillage
- Masquage et affichage d'objets
- La plume et le dessin vectoriel (points d'ancrage, tracés ouverts et fermés, tracés continus et discontinus, lignes directrices et points directeurs, arcs des formes simples)
- Sélection directe / Les formes et les symboles
- Les styles graphiques et bibliothèques

Travail avec les textes et les images - 3h

- Saisie d'un texte
- Position du texte
- Les outils texte libre, curviligne et captif
- Importation de texte
- Vectorisation de texte
- Les chaînages
- Textes en colonnes



- Attributs de base des textes et styles de caractères et paragraphes
- Gestion des types d'images
- Préparation des images
- Importation et traitement d'images
- La palette des liens



aneth Thaumiaud,

Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Novembre 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.

Programme de formation - 1 jour - Niveaux : initiation / intermédiaire

Maîtrise d'un outil de création graphique

Utilisation de l'outil Figma

En préambule...

Accompagner vos contenus d'une création graphique rend votre communication plus attractive et augmente les chances de visibilité. La maîtrise d'un outil de mise en page est donc indispensable.

Figma est un logiciel de mise en page pour les supports print et web. Intuitif et collaboratif, il vous permettra de créer facilement et en équipe des créations graphiques qui enrichiront vos contenus.

À l'issue de cette formation, vous saurez utiliser l'ensemble des outils du logiciel pour réaliser un visuel. Figma deviendra votre allié principal pour tout besoin de conception graphique.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances dans le domaine de la communication, du webdesign et du print.

Durée

Programme sur une journée.
Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques (programme "perfectionnement" sur un ou deux jours).

Objectif

Savoir maîtriser l'outil Figma permettant la création et la mise en page de visuels print ou/et web.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluation en continu sur la base d'exercices pratiques et QCM.

Application et organisation des contenus

- Introduction : le logiciel Figma
- Présentation de l'interface de travail
- Lecture des maquettes
- Les plugins

Calques et pages

- Frames
- Calques
- Hiérarchie des calques
- Masques
- Composants

Le prototypage

- Interactions
- Navigation
- Simulateur d'appareil

Mise en forme

- Système de colonnage et grille
- Formes
- Typographies
- Couleurs
- Images
- Effets
- Exports PDF et images

Mise en pratique

- Création d'un bandeau Facebook et export
- Création d'un document PDF A4 4 pages
- Création d'une maquette de site web format ordinateur et mobile



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Maîtrise d'un outil de création graphique

Formation à la création graphique avec GIMP

En préambule...

En préambule... GIMP est un logiciel de retouche, de traitement et de dessin (GNU Image Manipulation Program). GIMP est un logiciel gratuit, en libre téléchargement. Il est principalement utilisé pour le traitement de photographies numériques, mais sert également à la création d'images.

GIMP est devenu depuis quelques années une référence en logiciel gratuit de traitement d'image.

Il peut être utilisé dans un cadre professionnel pour créer des images destinées à l'impression, au Web et à bien d'autres médias.

À l'issue de cette formation, vous connaîtrez les bases d'utilisation du logiciel GIMP.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pré-requis

Aucun.

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

Découverte et prise en main du logiciel. Identifier les méthodes de manipulation d'images et de photographies. Retoucher et améliorer des images. Travailler une image pour l'insérer dans un site Web ou un logiciel de mise en page.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Introduction - 3h

- Le positionnement de GIMP
- Les images numériques et images vectorielles en presse et multimédia
- Les caractéristiques, formats et résolutions

Présentation - 3h

- L'environnement de travail
- Les préférences
- Unités, repères et la grille
- Navigation et géométrie de l'image

Fonctionnalités - 3h

- Les outils et palettes
- Les modes colorimétriques
- Les résolutions et tailles d'image
- Taille de l'image et taille de la zone de travail

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

- L'ouverture et les formats d'enregistrement des images

Le dessin vectoriel - 3h

- La plume et les tracés dans Illustrator (points d'ancrage, tracés ouverts et fermés, tracés continus et discontinus, lignes directrices et points directeurs, arcs et formes simples)
- Le crayon et le pinceau
- La sélection directe
- Les formes et les symboles
- Les styles graphiques et bibliothèques

Travail avec les outils - 3h

- Les outils de sélection
- L'outil plume et les images vectorielles
- Les outils textes (texte libre, curviligne et captif)
- L'importation de texte
- La vectorisation de texte
- Les outils de dessin (pinceau, crayon, formes géométriques...)
- Les outils de correction et de copie, collage et duplication
- Les outils de détourage et masque
- Le Pathfinder (réunion de plusieurs tracés, soustraction et intersection de plusieurs tracés, exclusion, division, pochoir)

Travail avec les palettes - 6h

- Manipulation de calques (empilement de zones graphiques)
- Utilisation de transparence et autres effets
- Photomontages complexes
- Les calques de réglages et palette de couleurs
- Réglages colorimétriques
- Luminosité, contraste et saturation
- Palettes filtres et effets de textures
- Ombres, renforcement des contours, flou et estampage
- Palette historique

Travail avec les repères et grilles - 5h

- Afficher, déplacer et masquer les règles et repères
- Verrouiller et déverrouiller un repère
- Effacer les repères
- Créer un repère en diagonale
- Convertir un objet en repère
- Convertir un repère en tracé

Optimiser son travail - 3h

- Les scripts
- Les automatisations
- Les fonctions avancées



aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.
aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Juin 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Formation à la création graphique

Concevoir un support de communication

En préambule...

L'aspect visuel est un élément prépondérant dans la création de supports de communication.

À lui seul, le visuel transmet un message, une ambiance, une émotion. Il attire l'attention, séduit, permet de mieux mémoriser...

Pour maîtriser sa communication, il est alors indispensable de connaître et savoir utiliser l'expressivité des formes et couleurs ainsi que les codes graphiques.

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de créer des supports de communication en cohérence avec votre stratégie.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Aucun.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Objectif

Comprendre les concepts et les techniques de la création pour la mise en page de supports de communication. Savoir utiliser les outils à disposition pour la mise en forme de supports de communication, l'utilisation, la création et la retouche d'images ainsi que la création de visuels.

Méthodologie

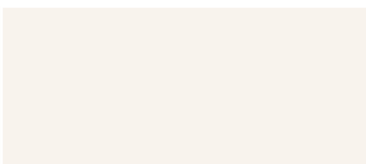
Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Création d'image

- Comprendre le monde de la communication (le monde de l'imprimé, le monde du digital) / Les résolutions, les modes colorimétriques, les formats d'images et les spécificités et contraintes de chaque environnement.
- Maîtriser l'expressivité des formes et couleurs, de l'organisation d'une mise en forme / utilisation et fonctionnement des outils disponibles et banques d'images / Droits d'utilisation et propriétés (images, musiques)
- Concevoir une mise en page, un visuel ou une infographie : les questions à se poser avant la création (fonction de l'image, cadrage et expressivité, illustration et motion, datavisualisation, photo et vidéo)

Conception de supports de communication

- Inscrire son document dans une stratégie de communication : Contexte de diffusion / Cibles et positionnement / Messages et objectifs / Contenus et stratégie éditoriale.
- Les outils gratuits de création et de retouche d'images avec le traitement photographique avec Gimp et vectoriel (Gimp ou Figma)



- Créer des visuels avec les bonnes typographies : leurs rôles, les classifications et leurs usages, maîtriser son choix et l'impact recherché.



aneth Thaumiaud,

Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.

aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69

Dernière mise à jour : Février 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.