CATALOGUE
FORMATION

CONCEPTEUR UX UI IA

25 jours
175h

CRÉER • CODER • OPTIMISER • INNOVER



DÉVELOPPEMENT FRONT-END
HTML • CSS • JavaScript • PHP

SITES RESPONSIVES & EXPÉRIENCES UTILISATEUR
Design • Mobile First • UX/UI

PERFORMANCE & OPTIMISATION GEO-SEO
Vitesse • Accessibilité • Référencement

APPRENDRE.
CODER.
CRÉER.
RÉUSSIR.

mandyben formation

PARCOURS CERTIFIANT · MODULE BC3

Conception & Développement Web

9 formations pour piloter, concevoir et développer des projets web complets - du cahier des charges au site WordPress, augmentées par l'IA.

175 heures - 25 jours | **RNCP 42140 · ÉLIGIBLE CPF**



100% PRÉSENTIEL
146 rue Paradis · 13006 Marseille

OU EN VISIO EN DIRECT
Formateur live · le même programme, à distance

9 FORMATIONS · 3 DOMAINES

Gestion de projet, cadrage & conception — 4 formations · 49h

Gestion de projet - Agile & Scrum	14h	Design Thinking	14h
Rédiger un cahier des charges technique	14h	Étude de la concurrence digitale	7h

Développement web & WordPress — 3 formations · 91h

Intégration web - HTML5, CSS3, JS & PHP	42h	WordPress avancé - Divi & production	28h
WooCommerce - boutique en ligne	21h		

UX/UI & marketing digital — 2 formations · 35h

Marketing digital orienté UX	14h	Projet de conception digitale UX/UI	21h

BLOC BC03

Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication — Titre Professionnel **Concepteur Designer UI**, RNCP42140BC03 - Réaliser, améliorer et animer des sites web

PLACES LIMITÉES — INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

contactmandyben.com · www.mandyben-formation.com · 146 rue Paradis, Marseille

PRISE EN CHARGE
CPF · France Travail · OPCO · autofinancement...

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION

gestion de projet web

MÉTHODES AGILES & SCRUM

PROGRAMME DE FORMATION · 14 HEURES (2 JOURS) · PRÉSENTIEL OU DISTANCIEL



EN BREF

Public	Webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs.
Prérequis	Bonnes notions HTML/CSS et connaissance des principes de base de la conception d'un site web.
Durée	14 heures (2 jours) - présentiel ou distanciel.
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Mettre en place un projet de développement web en équipe.
2. Clarifier et planifier le projet.
3. Appliquer une méthodologie centrée sur la demande et la satisfaction client.
4. Comprendre l'amélioration continue et l'importance de la qualité.

MÉTHODES & OUTILS MOBILISÉS

Méthodes et outils présentés et mis en pratique tout au long de la formation :

Manifeste Agile Valeurs & principes	**Cadre Scrum** Responsabilités & rituels	**Cahier des charges** Expression du besoin	**Product Backlog** Carnet du produit	**Sprints** Itérations	**Trello / Jira** Suivi de projet

JOUR 1 — FONDAMENTAUX & MÉTHODE AGILE — 7 h

M1 FONDAMENTAUX DE LA GESTION DE PROJET & CAHIER DES CHARGES (3H30)

Objectif : rappeler les fondamentaux de la gestion de projet et l'élaboration d'un cahier des charges standard.

- Portée, enjeux et parties prenantes (financières, organisationnelles, techniques)
- Analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B) et management des exigences
- Cahier des charges fonctionnel : contenu et exigences normatives
- Typologie des besoins ; lots de travaux et répartition des rôles
- Relation avec le sponsor et le contrat d'achat ou de réalisation

M2 DISTINCTIONS ENTRE MÉTHODES AGILE ET SCRUM (0H30)

Objectif : comprendre ce qui distingue les méthodes Agile et Scrum et leurs avantages respectifs.

Avantages de la méthode Agile	Avantages de la méthode Scrum

M3 LA MÉTHODE AGILE : VALEURS & PRINCIPES (3H00)

Objectif : comprendre les valeurs et les principes fondamentaux de la méthode Agile.

LES 4 VALEURS DU MANIFESTE AGILE

- L'humain et les interactions plutôt que les processus et les outils
- Un logiciel opérationnel plutôt qu'une documentation exhaustive
- La collaboration avec le client plutôt que la négociation contractuelle
- L'adaptation au changement plutôt que le suivi d'un plan

LES 12 PRINCIPES AGILE (SYNTHÈSE)

- Satisfaire le client par des livraisons fréquentes et accueillir les changements
- Livrer souvent un logiciel opérationnel, à un rythme soutenable
- Coopération quotidienne client / équipe et échanges en face à face
- Bâtir autour d'individus motivés, responsabilisés et autonomes
- Excellence technique, conception soignée et simplicité
- Mesurer par le logiciel livré et s'améliorer à intervalles réguliers

JOUR 2 — LA MÉTHODE SCRUM & MISE EN PRATIQUE 7 h

M4 LA MÉTHODE SCRUM : PILIERS, RESPONSABILITÉS, ÉVÉNEMENTS & ARTÉFACTS (5H00)

Objectif : maîtriser le cadre Scrum : ses piliers, ses responsabilités, ses événements et ses artéfacts.

LES TROIS PILIERS DE SCRUM

Transparence | **Inspection** | **Adaptation**

LES RESPONSABILITÉS (UNE SEULE ÉQUIPE SCRUM)

Product Owner : explicite le besoin, définit l'ordre de développement et l'orientation

Product Owner : garant de la visibilité et de la compréhension du carnet du produit

Scrum Master : communique la vision, facilite les rituels et coache les Développeurs

Scrum Master : écarte les obstacles et diffuse la culture Agile

Développeurs : réalisent l'incrément au sein d'une seule Équipe Scrum

ÉVÉNEMENTS & ARTÉFACTS SCRUM

- **Événements :** planification, revue et rétrospective du sprint
- **Artéfacts :** carnet du produit, carnet de sprint et incrément (définition de « fini »)



M5 LANCEMENT DU PROJET & MISE EN PRATIQUE (2H00)

Objectif : lancer un projet web en équipe selon le cadre Agile/Scrum et mettre en pratique les acquis.

- Lancement du projet : documentation et référentiel
- Carnet de produit et planification des premiers sprints
- **Cas pratique :** appliquer Scrum à un projet web en équipe
- Synthèse et bonnes pratiques pour la suite

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Module	Contenu clé
J1	3h30	**M1 - Fondamentaux & cahier des charges**	Parties prenantes, A.F.B, exigences, CDC fonctionnel
J1	0h30	**M2 - Distinctions Agile / Scrum**	Avantages Agile, avantages Scrum
J1	3h00	**M3 - La méthode Agile**	4 valeurs du manifeste, 12 principes
J2	5h00	**M4 - La méthode Scrum**	Piliers, responsabilités (PO, SM, Développeurs), événements, artéfacts
J2	2h00	**M5 - Lancement & mise en pratique**	Lancement, backlog, cas pratique, synthèse

14 HEURES · 2 JOURS · PRÉSENTIEL OU DISTANCIEL Attestation de fin de formation

DESIGN THINKING

Innover par l'empathie et la créativité centrée utilisateur

PROGRAMME DE FORMATION · 14 HEURES (2 JOURS) · 100% PRÉSENTIEL



EN BREF

Public	Chefs de projet, designers, managers, marketeurs, entrepreneurs, directeurs artistiques, communicants. Aucune connaissance préalable en design requise.
Prérequis	Une ouverture d'esprit, de la curiosité et l'envie d'apprendre de nouvelles méthodes de travail.
Durée	14 heures (2 jours) - 100% présentiel.
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Maîtriser les fondamentaux du Design Thinking et ses 5 phases.
2. Développer une capacité d'empathie et d'écoute active.
3. Stimuler sa créativité et générer de nouvelles idées.
4. Construire des prototypes efficaces pour tester ses concepts.
5. Mettre en œuvre le Design Thinking dans ses projets professionnels.

OUTILS & MÉTHODES UTILISÉS

Outils numériques et méthodes collaboratives mobilisés tout au long de la formation :

Miro / Mural	**Figma / Canva**	**Notion**	**ChatGPT / Claude**	**Empathy Map**	**Lean Canvas**
Tableau collaboratif	Prototypage rapide	Documentation & synthèse	Idéation assistée IA	Outil utilisateur	Validation concept

JOUR 1 — FONDAMENTAUX, EMPATHIE, DÉFINITION & IDÉATION — 7h

M1 LES FONDAMENTAUX DU DESIGN THINKING (1H30)

Objectif : comprendre les origines, les principes et les enjeux du Design Thinking.

- Définition et origines : né à Stanford, popularisé par IDEO et Tim Brown
- Design Thinking vs approches classiques (cascade, agile)
- Pourquoi l'adopter : innovation, réduction des risques, créativité, collaboration
- Les 5 phases et leur enchaînement itératif (processus non linéaire)
- Études de cas : Airbnb, Apple, IBM, RATP, Decathlon

M2 PHASE 1 : L'EMPATHIE (2H30)

Objectif : développer l'écoute active et l'observation pour comprendre les besoins des utilisateurs.

- Empathie vs sympathie vs projection ; l'effet de nos biais
- Entretiens qualitatifs : guide, questions ouvertes, écoute sans juger
- Observation ethnographique et immersion dans le contexte réel
- Enquêtes et questionnaires : usages et limites
- Empathy Map et persona : cartographier dit / pense / ressent / fait
- Mindmap et User Journey Map : organiser les insights, visualiser l'expérience

Atelier - en équipes de 3, mini-entretiens, Empathy Map et persona à partir des insights.

M3 PHASE 2 : LA DÉFINITION DU PROBLÈME (1H30)

Objectif : synthétiser les insights pour formuler un problème clair, centré utilisateur et motivant.

- Synthétiser les insights : besoins profonds vs besoins exprimés
- Repérer tensions, frustrations et opportunités cachées
- Le Point of View (POV) : [utilisateur] a besoin de [besoin] parce que [insight]
- Les questions « Comment Pourrait-On » (HMW) pour guider l'idéation
- Customer Journey Map et énoncé du problème actionnable

Atelier - reformuler le problème, écrire son POV et générer 5 questions HMW.

M4 PHASE 3 : L'IDÉATION (1H30)

Objectif : libérer la créativité collective pour générer un maximum d'idées, puis sélectionner les meilleures.

- Règles du brainstorming : ne pas juger, quantité, rebondir sur les idées
- Techniques : brainstorming, Brainwriting 6-3-5, mindmapping, sketchstorming
- SCAMPER : Substituer, Combiner, Adapter, Modifier, Éliminer, Réorganiser
- Analogies, métaphores et moodboard d'inspiration
- Idéation assistée par l'IA : générer des pistes avec ChatGPT ou Claude
- Sélectionner et prioriser : matrice impact/effort, dot voting

Atelier - 20 idées minimum en 15 min, puis sélection des 3 plus prometteuses.

JOUR 2 — PROTOTYPAGE, TEST, VALIDATION & PROJET INTÉGRATEUR 7h

M5 PHASE 4 : LE PROTOTYPAGE (2H)

Objectif : concrétiser rapidement les idées en prototypes testables pour apprendre par l'action.

- Prototyper pour apprendre, pas pour livrer : échouer tôt, vite, à moindre coût
- Types : papier (low-fi), numérique (high-fi), physique, service (Wizard of Oz)
- Prototype numérique : Figma, Canva, InVision, Mockup
- Figma AI : générer et itérer des interfaces rapidement
- Créer un low-fi : écrans clés, parcours et interactions essentielles
- Outils : Figma (wireframes), Canva (visuels), Miro (flux) ; storyboard

Atelier - prototype papier ou numérique low-fi : 3 écrans/étapes clés du parcours.

M6 PHASE 5 : LE TEST ET LA VALIDATION (2H)

Objectif : tester ses prototypes auprès d'utilisateurs réels, analyser les retours et itérer.

- Tester pour apprendre : observer sans influencer, se taire et regarder
- Sélectionner les participants (profil cible) et préparer un scénario de test
- Rôles : facilitateur, observateur, preneur de notes
- Conduire le test : blocages, émotions, commentaires ; test guerrilla
- Analyser : problèmes critiques vs souhaits mineurs
- Décider : itérer sur le prototype ou revoir la définition du problème

Atelier - test croisé entre équipes, synthèse des retours et 3 axes d'amélioration.



M7 PROJET INTÉGRATEUR & BILAN (3H)

Objectif : appliquer les 5 phases sur un projet complet en équipe et consolider les acquis.

- Brief : un challenge concret (ex. accueil d'un nouveau collaborateur)
- Les 5 phases en autonomie guidée : Empathie, Définition, Idéation, Prototype, Test
- Présentation des projets au groupe (5 min + 3 min de questions)
- Retours du formateur et du groupe sur la démarche et le résultat
- Synthèse : 5 phases et outils clés ; intégrer le Design Thinking au quotidien
- Ressources (livres, communautés, certifications IDEO) et feuille de route personnelle

PLANNING SYNTHÉTIQUE

Jour	Durée	Module	Contenu	Format
J1	1h30	**M1 - Fondamentaux du Design Thinking**	Définition, 5 phases, itération, cas d'entreprises	Apport + échanges
J1	2h30	**M2 - Phase 1 : Empathie**	Entretiens, observation, empathy map, personas	Atelier collaboratif
J1	1h30	**M3 - Phase 2 : Définition**	Point de vue, HMW, customer journey map	Atelier collaboratif
J1	1h30	**M4 - Phase 3 : Idéation**	Brainstorming, SCAMPER, moodboard, veille IA	Atelier créatif
J2	2h	**M5 - Phase 4 : Prototypage**	Low-fi, high-fi, Figma, Canva, storyboard	Atelier pratique
J2	2h	**M6 - Phase 5 : Test & validation**	Tests utilisateurs, retours, itération	Atelier pratique
J2	3h	**M7 - Projet intégrateur & bilan**	Projet complet en équipe : 5 phases + présentation	Projet équipe

programme de formation

RÉDACTION D'UN CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE

14 HEURES (2 JOURS) DONT 1 JOUR EN BLENDED LEARNING · PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL



EN BREF

Public	Webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs.
Prérequis	Bonnes notions HTML/CSS et connaissance des principes de base de la conception d'un site web.
Durée	14 heures (2 jours) dont 1 jour (Jour 2) en blended learning.
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Analyser les besoins fonctionnels et techniques du projet.
2. Construire et maîtriser l'usage du cahier des charges.

MÉTHODES & OUTILS MOBILISÉS

Méthodes et outils présentés et mis en pratique tout au long de la formation :

Analyse fonctionnelle A.F.B / E.F.B	**Analyse de la valeur** Optimisation	**CDC fonctionnel** Besoins	**CDC technique** Spécifications	**C.D.C.R.** Management des exigences	**DeepL / IA** Traduction & rédaction

JOUR 1 — CADRE, MÉTHODOLOGIE & CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL — présentiel · 7h

M1 NOTION D'ANGLAIS COMMERCIAL (1H00)

Objectif : acquérir le vocabulaire et les outils de rédaction et de traduction utiles au cahier des charges.

- Lexique et glossaire
- Outils de rédaction et de traduction : DeepL et IA (ChatGPT/Claude)

M2 FIXATION DU CADRE GÉNÉRAL (1H30)

Objectif : fixer le cadre général du projet et caractériser les parties prenantes.

- Comprendre la portée et les enjeux du projet
- Parties prenantes et composantes financières, organisationnelles, techniques

M3 MISE EN ŒUVRE D'UNE MÉTHODOLOGIE EFFICACE (2H30)

Objectif : mettre en œuvre une méthodologie efficace d'analyse et de recueil des besoins.

- Analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B)
- Animation des groupes d'expression fonctionnelle des besoins (E.F.B)
- Analyse de la valeur (A.V) ; recueil et management des exigences

M4 COMPOSITION DU CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL (2H00)

Objectif : composer un cahier des charges fonctionnel conforme aux exigences.

- Contenu du cahier des charges fonctionnel et exigences normatives
- Typologie des besoins et structuration du cahier des charges

JOUR 2 — CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE, USAGE & ATELIER

blended learning · 7h

Journée en blended learning : apports et mise en pratique sur la plateforme e-learning, avec ressources guidées et soutien asynchrone du formateur.

M5 CONSTRUCTION DU CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE (2H30)

Objectif : construire un cahier des charges technique complet.

- Lots de travaux et répartition des rôles
- Résultats attendus et niveaux de services
- Exigences de sécurité, de confidentialité et bases économiques
- Cahier des charges de référence et management des exigences (C.D.C.R.)

M6 MAÎTRISE DE L'USAGE DU CAHIER DES CHARGES (2H00)

Objectif : maîtriser l'usage du cahier des charges dans le cycle d'achat et les appels d'offres.

- Relation avec le sponsor du projet
- Le cahier des charges au cœur d'un appel d'offres (dont marchés publics)
- Le cahier des charges et le contrat d'achat ou de réalisation



M7 ATELIER : RÉDACTION D'UN CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE (2H30)

Objectif : rédiger en autonomie un cahier des charges technique complet sur un cas réel.

- Application de la méthodologie sur un cas projet réel
- Rédaction autonome du cahier des charges (fonctionnel puis technique)
- Relecture, management des exigences et synthèse

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Module	Contenu clé
J1	1h00	**M1 - Notion d'anglais commercial**	Lexique, glossaire, rédaction & traduction (DeepL, IA)
J1	1h30	**M2 - Fixation du cadre général**	Portée, enjeux, parties prenantes
J1	2h30	**M3 - Méthodologie efficace**	A.F.B, E.F.B, analyse de la valeur, exigences
J1	2h00	**M4 - CDC fonctionnel**	Contenu, exigences normatives, typologie
J2	2h30	**M5 - CDC technique**	Lots, rôles, niveaux de services, sécurité, C.D.C.R.
J2	2h00	**M6 - Maîtrise de l'usage**	Sponsor, appels d'offres, marchés publics, contrat
J2	2h30	**M7 - Atelier de rédaction**	Rédaction autonome d'un CDC complet (blended)

Jour 2 : journée en blended learning (e-learning encadré).

mandyben formation

programme de formation

ÉTUDE DE LA CONCURRENCE DE MARQUE DIGITALE ET WEB

7 HEURES (1 JOUR) · PRÉSENTIEL OU DISTANCIEL



EN BREF

Public	Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site.
Prérequis	Bases du marketing digital (SEO, SEA, réseaux sociaux) et des stratégies web / e-commerce. Familiarité avec les outils numériques et notions d'analyse de données recommandées.
Durée	7 heures (1 jour) - présentiel ou distanciel.
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Comprendre l'importance de l'analyse concurrentielle dans un contexte digital.
2. Identifier les concurrents directs et indirects.
3. Utiliser des outils d'analyse de la concurrence digitale.
4. Élaborer une stratégie digitale compétitive.

OUTILS & MÉTHODES UTILISÉS

Outils et méthodes d'analyse concurrentielle présentés et mis en pratique durant la journée :

SEMrush / Ahrefs SEO & SEM	**Google Analytics 4** Données web	**Google Trends** Tendances marché	**Hootsuite / Sprout** Réseaux sociaux	**Mention / Buzzsumo** Veille	**ChatGPT / Claude** Synthèse & benchmark IA	**SWOT** Positionnement

JOURNÉE — ÉTUDE DE LA CONCURRENCE DIGITALE — 7h

M1 INTRODUCTION À L'ÉTUDE DE LA CONCURRENCE (1H00)

Objectif : comprendre les enjeux de l'analyse concurrentielle et identifier les types de concurrents.

- Définition et enjeux : pourquoi et comment analyser la concurrence sur le web
- Typologie des concurrents : directs, indirects et substituts
- Études de cas : marques qui utilisent l'analyse concurrentielle avec succès
- Identifier sa propre marque : portée, enjeux et parties prenantes

M2 IDENTIFICATION DES CONCURRENTS & POSITIONNEMENT DE LA MARQUE (1H00)

Objectif : cartographier les concurrents et positionner sa marque sur le marché.

- Cartographie des concurrents (Google, réseaux sociaux, marketplaces)
- Analyse SWOT : forces, faiblesses, opportunités, menaces
- Études sectorielles : repérer les tendances de marché

M3 ANALYSE DES STRATÉGIES DIGITALES DES CONCURRENTS (1H30)

Objectif : analyser les stratégies digitales des concurrents sur l'ensemble des canaux.

- Sites web : ergonomie, contenu, SEO, performances techniques
- Contenu et réseaux sociaux : canaux de communication et branding
- Publicité : SEA (Google Ads, Meta Ads) et retargeting
- Visibilité des concurrents dans la recherche IA (AI Overviews)
- Benchmark des meilleures pratiques sur les canaux digitaux

M4 UTILISATION DES OUTILS D'ANALYSE CONCURRENTIELLE (1H30)

Objectif : utiliser les outils d'analyse et de veille concurrentielle.

- Analyse SEO/SEM : SEMrush, Ahrefs, GA4, Google Trends
- Backlinks et positionnement sur les moteurs de recherche
- Performances réseaux sociaux : Hootsuite, Sprout Social
- Veille concurrentielle : Mention, Buzzsumo
- IA (ChatGPT/Claude) : synthétiser un benchmark et comparer les positionnements

M5 ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE COMPÉTITIVE (1H00)

Objectif : élaborer une stratégie digitale compétitive et différenciante.

- Stratégie de différenciation : se démarquer dans un environnement saturé
- Optimiser sa présence digitale : SEO, contenu de qualité, innovation
- Études de cas : stratégies gagnantes de marques émergentes

M6 ATELIER : ÉTUDE DE CAS & PLAN D'ACTION (1H00)

Objectif : appliquer l'analyse concurrentielle à un cas réel et bâtir un plan d'action.

- Étude de cas personnalisée sur une marque choisie par les participants
- Plan d'action pour surveiller les concurrents
- Échanges, Q&A et prochaines étapes



PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

Durée	Module	Contenu	Outils
1h00	**M1 - Introduction à l'étude de la concurrence**	Enjeux, typologie, identification de la marque	Études de cas
1h00	**M2 - Identification & positionnement**	Cartographie, SWOT, études sectorielles	SWOT
1h30	**M3 - Stratégies digitales des concurrents**	Sites web, contenu/RS, SEA, recherche IA, benchmark	-
1h30	**M4 - Outils d'analyse concurrentielle**	SEO/SEM, backlinks, RS, veille, IA	SEMrush, IA
1h00	**M5 - Stratégie compétitive**	Différenciation, présence digitale, cas	-
1h00	**M6 - Atelier : étude de cas & plan d'action**	Cas personnalisé, plan d'action, Q&A	-

mandyben formation

intégration web

HTML5, CSS3, JAVASCRIPT & PHP

Du code front-end au backend WordPress

42 HEURES (6 JOURS) DONT 1 JOUR BLENDED LEARNING



EN BREF

Public	Stagiaires ayant suivi le parcours WordPress no-code (Divi/Hostinger). Webmasters, designers web, responsables communication souhaitant maîtriser le code front-end et back-end.
Prérequis	Avoir suivi le module WordPress no-code du parcours précédent. Bonne pratique de VS Code. Notions de base HTML/CSS recommandées.
Durée	42 heures (6 jours) dont 1 jour blended learning (jour 3).
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Maîtriser HTML5 sémantique et accessible.
2. Concevoir des interfaces responsives avec CSS3 avancé (Flexbox, Grid, animations).
3. Comprendre les fondamentaux de JavaScript (DOM, événements, APIs).
4. Introduire PHP, MySQL et le backend WordPress.
5. Utiliser l'IA (Claude, GitHub Copilot) pour accélérer et comprendre le code.

OUTILS UTILISÉS

Environnement de développement et outils IA utilisés tout au long de la formation :

VS Code	GitHub Copilot	Claude Anthropic	LocalWP	Chrome DevTools	Git / GitHub
Éditeur de code	Autocomplétion IA	Génération & explication	WordPress local	Debug & inspection	Versioning

JOUR 1 - HTML5 FONDAMENTAUX & PRISE EN MAIN VS CODE — 7h

M1 ENVIRONNEMENT DE DÉVELOPPEMENT & VS CODE (1H)

Objectif : configurer un environnement de développement professionnel et découvrir les outils IA intégrés.

- VS Code : interface, panneaux, terminal, raccourcis clavier
- Extensions essentielles : Live Server, Prettier, ESLint, Auto Rename Tag
- GitHub Copilot : activation, autocomplétion et chat sur son code
- Organiser son espace de travail : dossiers, arborescence projet
- Introduction à Git : initialiser un dépôt, commit, push vers GitHub

M2 HTML5 : STRUCTURE SÉMANTIQUE ET BONNES PRATIQUES (3H)

Objectif : maîtriser la structure sémantique HTML5 et son impact sur l'accessibilité et le SEO.

- Structure de base : DOCTYPE, head, body, charset, viewport, balises méta
- Balises sémantiques : header, nav, main, section, article, aside, footer
- Enjeux SEO et lecteurs d'écran ; repérer ces balises dans le code Divi
- Éléments de contenu : titres, listes, tableaux, liens et images (alt, lazy)
- Formulaires HTML5 : input types, attributs (required, pattern), validation native
- Chrome DevTools : inspecter et modifier le HTML en temps réel

M3 ACCESSIBILITÉ WEB : RGAA ET BONNES PRATIQUES (2H)

Objectif : intégrer les standards d'accessibilité dans ses pages HTML5 et comprendre leurs enjeux légaux.

- Les 4 principes WCAG (POUR) et le RGAA : cadre légal français
- Handicaps concernés : visuel, moteur, cognitif, auditif
- Attributs ARIA (role, aria-label…) et navigation clavier (tabindex, focus)
- Contrastes de couleurs, textes alternatifs, sous-titres et transcriptions
- Tester l'accessibilité : Axe / Lighthouse et lecture du rapport
- Améliorer l'accessibilité de son site Divi existant

M4 HTML5 AVANCÉ : SÉMANTIQUE, MÉDIAS ET MICRODATA (1H)

Objectif : approfondir les balises HTML5 avancées utiles pour le SEO et les médias.

- Balises médias : video, audio, source, track ; formats web (WebM, MP4, OGG)
- Images responsives : picture, srcset, sizes
- Données structurées : microdata, Schema.org et rich snippets Google
- iframes (Google Maps, YouTube) et éléments interactifs (details, dialog, progress)

JOUR 2 - HTML5 AVANCÉ, FORMULAIRES COMPLEXES & INTRODUCTION CSS3 — 7h

M5 FORMULAIRES AVANCÉS ET INTÉGRATION (2H)

Objectif : concevoir des formulaires complexes, accessibles et prêts pour WordPress.

- Champs complexes : sélection multiple, cases, radios, upload de fichiers
- Formulaires multi-étapes : structure HTML et transitions CSS
- Accessibilité : erreurs, messages personnalisés (setCustomValidity), champs requis
- Comprendre le code de Contact Form 7 / WPForms et le styliser via CSS

Atelier : formulaire de contact complet HTML5 accessible

M6 INTRODUCTION CSS3 : FONDAMENTAUX ET MODÈLE DE BOÎTE (2H30)

Objectif : assimiler les bases de CSS3 et le modèle de mise en page avant Flexbox et Grid.

- Rôle du CSS et 3 façons de l'intégrer (inline, style, feuille externe)
- Sélecteurs (classe, id, attribut, pseudo-classes) et spécificité
- Modèle de boîte : content, padding, border, margin ; box-sizing: border-box
- Couleurs (hex, RGB, HSL, variables), typographie et backgrounds/gradients
- Display, position (relative, absolute, fixed, sticky), z-index, overflow
- Lire et modifier le CSS de Divi via DevTools

M7 RESPONSIVE DESIGN ET MEDIA QUERIES (1H30)

Objectif : comprendre l'approche mobile-first et écrire des media queries pour tous les écrans.

- Responsive et mobile-first ; rôle indispensable de la balise viewport
- Media queries : @media, breakpoints, min/max-width, orientation
- Stratégie mobile-first : écrire le CSS mobile en premier
- Images responsives : max-width, object-fit, aspect-ratio
- Tester avec le simulateur d'appareils ; comprendre le responsive de Divi

M8 ATELIER : PAGE HTML5/CSS3 COMPLÈTE (1H)

Objectif : produire une page web complète en HTML5/CSS3 mobilisant les acquis des 2 premiers jours.

- Brief : page « Services » responsive pour son site vitrine
- Structure HTML5 sémantique et accessible (ARIA)
- Mise en page CSS3 et adaptation responsive (media queries)
- Validation (W3C, CSS) et débogage avec Chrome DevTools

JOUR 3 - BLENDED LEARNING - HTML5 + CSS3 - EXERCICES EN AUTONOMIE — 7h

Journée entièrement dédiée à la pratique en autonomie sur la plateforme e-learning Mandyben ; le formateur est disponible par messagerie.

ACCÈS PLATEFORME - EXERCICES EN AUTONOMIE

- HTML5 : restructurer une page en sémantique, ajouter les ARIA manquants
- Formulaire complet avec validation HTML5 native
- CSS3 : reproduire une maquette, créer une card avec hover, adapter en mobile
- Production libre : améliorer la page du J2, explorer les variables CSS (aide de Claude)

LIVRABLE ATTENDU
Page HTML5/CSS3 améliorée et validée, base pour le CSS3 avancé du J4.



JOUR 4 - CSS3 AVANCÉ : FLEXBOX, GRID, ANIMATIONS & VARIABLES — 7h

M9 FLEXBOX : MISE EN PAGE FLEXIBLE EN UNE DIMENSION (2H)

Objectif : maîtriser Flexbox pour aligner et distribuer des éléments de manière flexible.

- Flexbox vs Grid : quand l'utiliser ; conteneur flex (direction, wrap, gap)
- Alignement : justify-content, align-items, align-content
- Éléments flex : flex-grow, shrink, basis ; order et align-self
- Cas pratiques : navigation, centrage parfait, cards en ligne
- Flexbox responsive ; lire le Flexbox généré par Divi

M10 CSS GRID : MISE EN PAGE EN DEUX DIMENSIONS (2H)

Objectif : concevoir des mises en page complexes avec CSS Grid, complémentaire de Flexbox.

- Terminologie Grid et définition : grid-template-columns/rows, gap
- Unité fr, repeat(), minmax() ; auto-fill / auto-fit
- Placer les éléments : grid-column/row et zones nommées (grid-template-areas)
- Cas pratiques : grille de cards, layout magazine, galerie
- Grid responsive et guide de décision Flexbox vs Grid

M11 ANIMATIONS CSS3 ET TRANSITIONS (1H30)

Objectif : créer des animations et transitions fluides en CSS3 sans JavaScript.

- Transitions : property, duration, timing-function (ease, cubic-bezier), delay
- Transitions sur hover : boutons, cartes, menus
- Animations @keyframes : from/to, iteration, direction, fill-mode
- transform (translate, rotate, scale) ; performances (opacity, transform)
- Animations utiles (fadeIn, loaders) et prefers-reduced-motion (accessibilité)

M12 VARIABLES CSS & ORGANISATION DU CODE (1H30)

Objectif : structurer et maintenir son CSS avec les variables natives et de bonnes pratiques.

- Variables CSS : déclarer dans :root, var(), variables locales
- Variables pour le dark mode (prefers-color-scheme)
- Architecture BEM et découpage du CSS (reset, variables, layout, composants)
- Variables CSS dans Divi et le thème enfant

Atelier : appliquer Flexbox, Grid et variables CSS à son projet

JOUR 5 - JAVASCRIPT FONDAMENTAUX : DOM, ÉVÉNEMENTS & APIS WEB — 7h

M13 INTRODUCTION À JAVASCRIPT ET ES6+ (1H30)

Objectif : comprendre le rôle de JavaScript dans le front-end et assimiler les bases ES6+.

- Rôle du JS ; où l'écrire ; la console du navigateur (debug)
- Variables (var, let, const), types de données et opérateurs
- Conditions (if/else, switch) et boucles (for, forEach, for...of)
- Fonctions : déclaration, expression, arrow functions ES6
- ES6+ : template literals, destructuring, spread, paramètres par défaut

M14 LE DOM : MANIPULER SA PAGE HTML AVEC JAVASCRIPT (2H)

Objectif : sélectionner, modifier et créer des éléments HTML dynamiquement avec JavaScript.

- Le DOM et la sélection : getElementById, querySelector(All)
- Contenu et attributs : innerHTML, textContent, setAttribute, classList
- Modifier les styles inline (element.style)
- Créer / insérer / supprimer des éléments : createElement, append, remove
- Naviguer dans le DOM ; cas pratiques : afficher/masquer, liste dynamique

M15 ÉVÉNEMENTS JAVASCRIPT (2H)

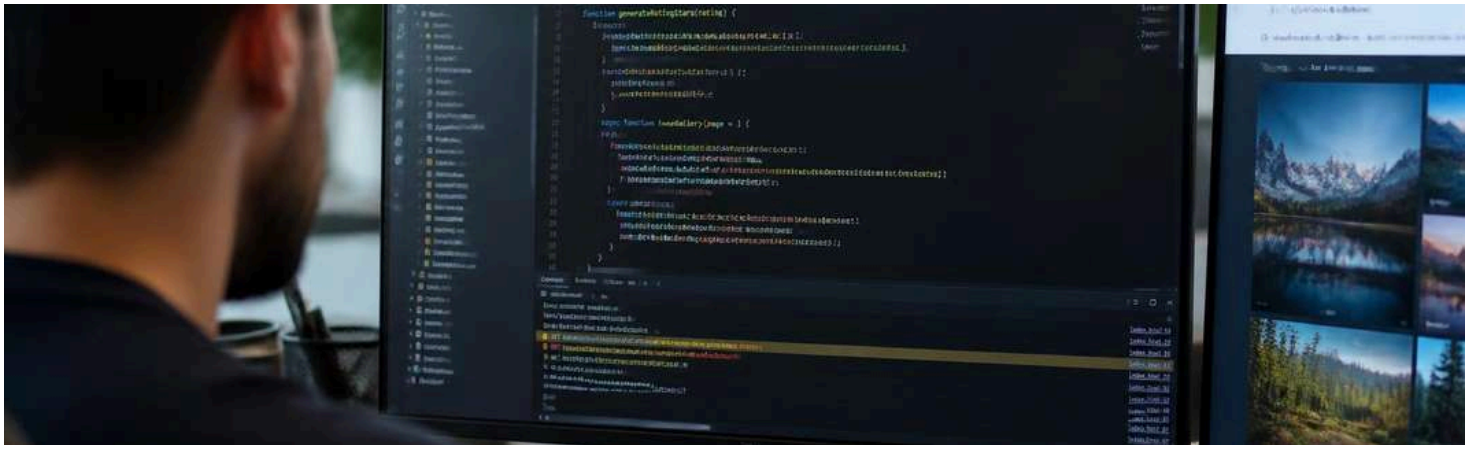
Objectif : capturer et gérer les interactions utilisateur avec les événements JavaScript.

- Le modèle événementiel et addEventListener
- Événements souris, clavier et formulaire (click, keydown, submit, input...)
- L'objet event : target, preventDefault(), stopPropagation()
- Délégation d'événements : écouter sur un parent
- Cas pratiques : validation en temps réel, menu hamburger, galerie, modale

M16 APIS WEB : FETCH ET DONNÉES EXTERNES (1H30)

Objectif : comprendre comment JavaScript communique avec des APIs pour afficher des données dynamiques.

- API et JSON ; modèle asynchrone (callbacks, Promises, async/await)
- fetch() avec async/await et gestion des erreurs (try/catch)
- Parser le JSON et afficher les données dans le DOM
- API REST WordPress : endpoints /wp-json/wp/v2/posts, /pages
- Afficher ses articles WP ; gérer les états (loading, error, success)



JOUR 6 - PHP, MYSQL & INTRODUCTION AU BACKEND WORDPRESS 7h

M17 INTRODUCTION À PHP ET LOCALWP (1H30)

Objectif : comprendre le rôle de PHP dans WordPress et configurer un environnement local.

- PHP côté serveur ; cycle navigateur → PHP → MySQL → HTML
- Installer LocalWP : site WordPress local en 1 clic, phpMyAdmin, VS Code
- Structure des fichiers WordPress : wp-content, wp-admin, wp-config.php
- Fichiers du thème : index.php, header.php, footer.php, functions.php

M18 PHP FONDAMENTAUX POUR WORDPRESS (2H)

Objectif : lire, comprendre et modifier du code PHP dans le contexte de WordPress.

- Syntaxe PHP : balises <?php ?>, variables, tableaux, conditions, boucles, fonctions
- Inclure des fichiers : include, require, get_template_part()
- Fonctions WP : get_header(), the_title(), the_content(), bloginfo()
- La boucle WordPress : have_posts(), the_post(), WP_Query et ses modifications
- Le thème enfant (child theme) : créer style.css et functions.php

M19 MYSQL ET BASE DE DONNÉES WORDPRESS (1H30)

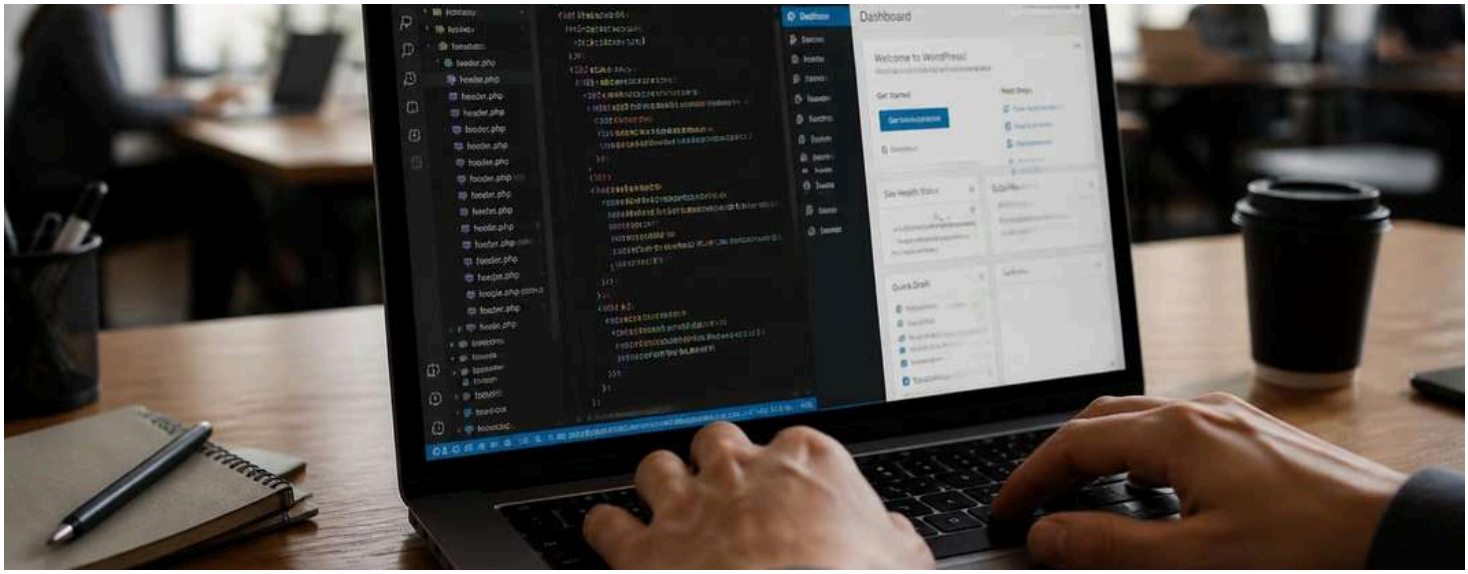
Objectif : comprendre la structure de la base WordPress et effectuer des requêtes simples.

- MySQL et les tables WP : wp_posts, wp_users, wp_options, wp_postmeta
- phpMyAdmin : explorer les tables ; requêtes SELECT, WHERE, ORDER BY, LIMIT
- La classe $wpdb : get_results(), get_var(), prepare()
- Sécuriser ses requêtes : échapper les données, éviter les injections SQL
- Export/import de base et affichage d'une liste via $wpdb

M20 PERSONNALISATION WORDPRESS VIA PHP & HOOKS (2H)

Objectif : personnaliser WordPress avec PHP via les hooks (actions et filtres) sans modifier le core.

- Le système de hooks : ne jamais modifier le core ; add_action() et add_filter()
- Hooks courants : wp_enqueue_scripts, init, the_content, wp_head
- Dans functions.php : enqueue scripts/styles, shortcode, excerpt
- Zones de widgets, menus et Custom Post Types (register_post_type)
- Projet final : personnaliser son site WordPress local (3 fonctions PHP) + présentation



PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Thème	Contenu	Mode
J1	7h	**HTML5 & VS Code**	Structure sémantique, formulaires, accessibilité, outils VS Code	Présentiel
J2	7h	**HTML5 avancé & introduction CSS3**	Sémantique avancée, formulaires complexes, CSS3 fondamentaux	Présentiel
J3	7h	**Blended Learning**	Exercices HTML5 + CSS3 en autonomie sur plateforme	Blended Learning
J4	7h	**CSS3 avancé**	Flexbox, Grid, animations, variables CSS, responsive	Présentiel
J5	7h	**JavaScript fondamentaux**	DOM, événements, APIs web, fetch, ES6+	Présentiel
J6	7h	**PHP, MySQL & backend WordPress**	PHP, MySQL, LocalWP, fonctions WP, hooks, personnalisation	Présentiel

mandyben formation

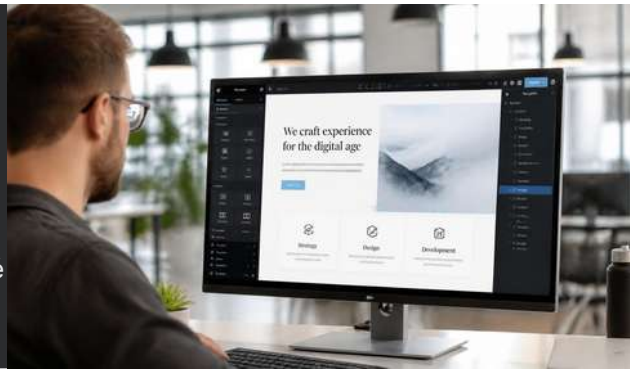
programme de formation

WORDPRESS AVANCÉ

ARCHITECTURE, DIVI & PRODUCTION

Installation avancée, personnalisation thème, formulaires, sécurité en production

28 HEURES (4 JOURS) DONT 1 JOUR BLENDED LEARNING



EN BREF

Public	Stagiaires ayant suivi les parcours WordPress no-code (Divi/Hostinger) et intégration HTML5/CSS3/JS/PHP. Webdesigners, intégrateurs, créateurs de contenu souhaitant passer à un niveau avancé.
Prérequis	Maîtrise de WordPress et de Divi (création de pages, contenu). Connaissances de base en HTML, CSS, PHP (parcours précédent).
Durée	28 heures (4 jours) dont 1 jour blended learning (jour 3).
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Maîtriser l'architecture profonde de WordPress et sa base de données.
2. Créer des types de contenus personnalisés (CPT) et des champs avancés (ACF).
3. Personnaliser un thème enfant Divi avec du CSS et du PHP sur mesure.
4. Mettre en place des formulaires avancés et des intégrations API.
5. Sécuriser, optimiser et déployer un site WordPress en production.

OUTILS UTILISÉS

Environnement et outils mobilisés tout au long de la formation :

WordPress CMS & architecture	**Divi Builder** Thème & templating	**ACF** Champs personnalisés	**phpMyAdmin** Base de données	**VS Code + Copilot** Code & assistance IA	**Claude Anthropic** Génération & audit

JOUR 1 - INSTALLATION, ARCHITECTURE & ADMINISTRATION AVANCÉE — 7h

M1 INSTALLATION AVANCÉE ET CONFIGURATION PROFESSIONNELLE (1H30)

Objectif : mettre en place un environnement WordPress robuste avec une configuration adaptée à un usage avancé.

- Installation (Hostinger / LocalWP) et configuration avancée de wp-config.php
- Clés de sécurité, débogage (WP_DEBUG), limites mémoire, constantes utiles
- Rôles et permissions ; créer des rôles personnalisés (User Role Editor)
- Personnaliser le tableau de bord admin (widgets, marque blanche)
- Gestion fine des permaliens et de la structure d'URL

M2 ARCHITECTURE PROFONDE DE WORDPRESS (1H30)

Objectif : comprendre les mécanismes internes de WordPress pour intervenir avec assurance.

- Le cœur de WP (wp-admin, wp-includes) : ce qu'il ne faut jamais modifier
- Thèmes et hiérarchie des templates (template hierarchy)
- Rôle des plugins dans l'écosystème WordPress
- La boucle WordPress et WP_Query : personnaliser les requêtes de contenu
- functions.php : rôle central, organisation en fichiers inclus ; hooks avancés

M3 BASE DE DONNÉES SQL ET $WPDB AVANCÉ (2H)

Objectif : maîtriser la structure de la base WordPress et réaliser des requêtes personnalisées.

- Tables clés : wp_posts, wp_postmeta (ACF), wp_users, wp_options, taxonomies
- Schéma relationnel : relations entre les tables
- Requêtes SQL avancées : JOIN wp_posts/wp_postmeta, filtres (taxonomie, statut, date)
- Requêter depuis PHP avec $wpdb : get_results, prepare, sécurité
- Exporter et sauvegarder sa base de données

M4 TYPES DE CONTENUS PERSONNALISÉS (CPT) ET TAXONOMIES (2H)

Objectif : créer des structures de contenu sur mesure adaptées à des besoins métier.

- Pourquoi un CPT ? Limites des articles/pages pour des contenus structurés
- Créer un CPT (register_post_type) : labels, supports, menu_icon, has_archive
- Taxonomies personnalisées (register_taxonomy) : hiérarchiques vs non hiérarchiques
- Méta-boxes natives : champs personnalisés via add_meta_box()
- Cas pratique : CPT « Projets » + taxonomie ; accélérer avec CPT UI

JOUR 2 - THÈMES, DIVI & TEMPLATING AVANCÉ — 7h

M5 ACF (ADVANCED CUSTOM FIELDS) : CHAMPS PERSONNALISÉS AVANCÉS (2H)

Objectif : créer des champs personnalisés riches avec ACF et les exploiter dans Divi et le code.

- ACF : installation, groupes de champs et règles d'emplacement
- Types de champs : texte, image, fichier, sélection, relation, lien
- Champs avancés : répéteur, groupe, contenu flexible
- Afficher les champs : get_field(), the_field() ; texte dynamique Divi
- Stockage dans wp_postmeta ; nommage et export/import JSON

M6 THÈME ENFANT DIVI ET CSS ADDITIONNEL AVANCÉ (1H30)

Objectif : créer un thème enfant Divi propre et maîtriser la surcharge de styles par CSS additionnel.

- Pourquoi un thème enfant : préserver ses personnalisations aux mises à jour
- Créer un thème enfant Divi : style.css, functions.php, héritage des styles
- CSS additionnel : global vs par page/section/module ; classes personnalisées
- Surcharger les styles Divi : spécificité et !important (avec parcimonie)
- Variables CSS dans le thème enfant ; atelier : 3 personnalisations globales

M7 DIVI THEME BUILDER ET CONTENUS DYNAMIQUES (2H)

Objectif : utiliser le Theme Builder de Divi pour créer des templates dynamiques basés sur les CPT et ACF.

- Divi Theme Builder : templates globaux (header/footer/body) et règles d'affichage
- Template d'archive pour un CPT (grille de « Projets »)
- Template de fiche (single) : titre, contenu et champs ACF dynamiques
- Module « Texte dynamique » de Divi pour afficher des champs ACF
- Navigation (précédent/suivant, fil d'Ariane) ; no-code vs code custom

M8 INTÉGRATION DE PHP ET JAVASCRIPT PERSONNALISÉS (1H30)

Objectif : enrichir Divi avec des fonctions PHP sur mesure et des scripts JavaScript.

- Shortcodes personnalisés (add_shortcode) : contenu dynamique dans Divi
- Fonctions PHP réutilisables ; insérer du PHP dans un module « Code » Divi
- Intégrer du JS : wp_enqueue_script() depuis le thème enfant
- Module « Code » de Divi pour du JS ponctuel (avec précaution)
- Cas pratiques : compteur animé, formulaire dynamique, accordéon

JOUR 3 - BLENDED LEARNING - PRODUCTION SUR SON SITE — 7h

Journée dédiée à la mise en pratique en autonomie sur la plateforme e-learning Mandyben : chacun applique les acquis des jours 1-2 sur son propre site. Le formateur est disponible par messagerie.

ACCÈS PLATEFORME - PRODUCTION GUIDÉE EN AUTONOMIE

- CPT personnalisé adapté à son activité : taxonomie, paramètres, 3 contenus de test
- ACF : groupe de champs (texte, image, répéteur) renseigné sur les contenus
- Thème enfant Divi finalisé + 3 règles CSS additionnelles
- Templates Divi : archive et fiche du CPT, affichage des champs ACF
- Exploration libre : shortcode simple (avec Claude) ; noter les difficultés pour le J4

LIVRABLE ATTENDU

CPT avec champs ACF, templates d'archive et de fiche Divi, thème enfant personnalisé. Prêt pour les formulaires du J4.



JOUR 4 - FORMULAIRES, PLUGINS, SÉCURITÉ & PERFORMANCE 7h

M9 FORMULAIRES AVANCÉS ET INTÉGRATIONS API (2H)

Objectif : créer des formulaires dynamiques performants et les connecter à des services tiers.

- Solutions de formulaires : Divi Form Builder, Contact Form 7, Gravity Forms
- Formulaire avancé : logique conditionnelle et validation personnalisée
- Gestion des soumissions : notifications email, stockage, confirmation/redirection
- Intégrations API : Mailchimp/Brevo, Stripe/PayPal, Google Maps
- n8n.io : connecter un formulaire à un workflow d'automatisation

M10 OPTIMISATION DES PERFORMANCES (1H30)

Objectif : optimiser la vitesse de chargement et les performances générales d'un site WordPress.

- Enjeux : SEO, conversion, expérience utilisateur
- Optimisation du code : minification CSS/JS, lazy loading, images WebP
- Cache : page, navigateur, objet, base ; WP Rocket ou W3 Total Cache
- Cache et CDN : principe et bénéfices
- Mesurer : PageSpeed Insights, Core Web Vitals, GTmetrix (avant/après)

M11 SÉCURITÉ, SAUVEGARDES ET PLUGINS ESSENTIELS (1H30)

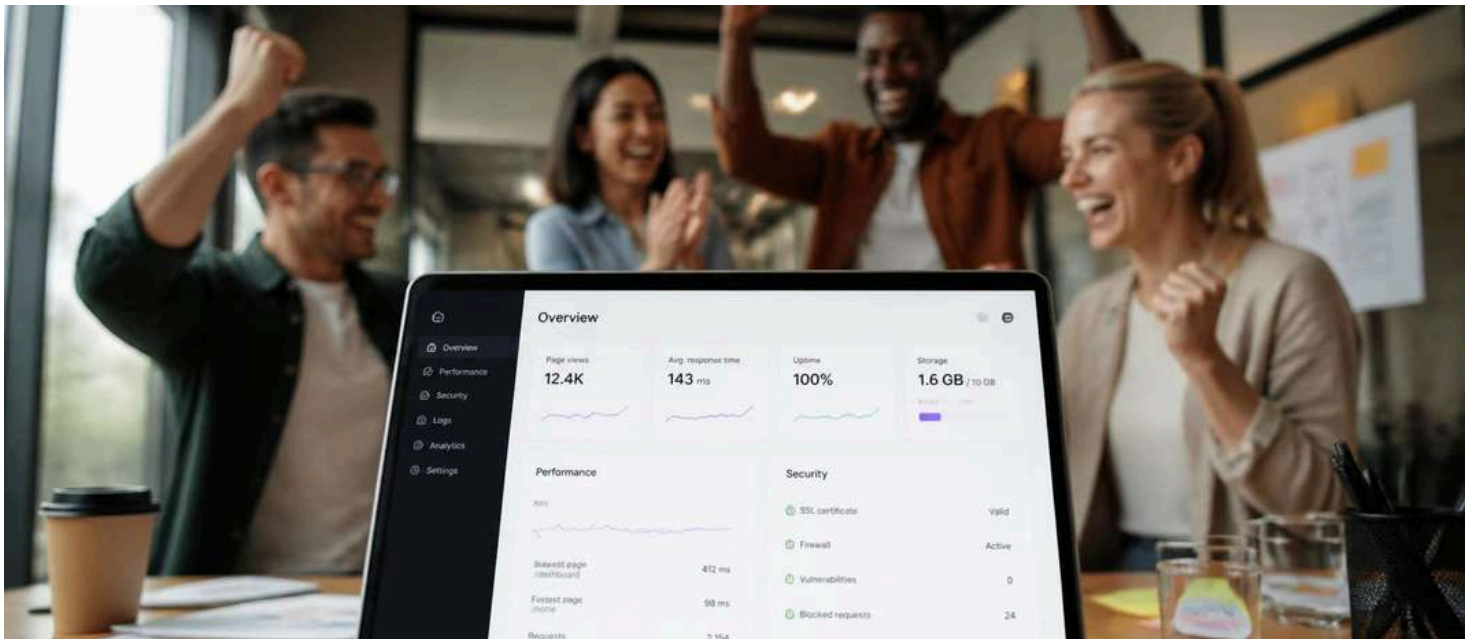
Objectif : sécuriser un site WordPress contre les menaces courantes et fiabiliser les sauvegardes.

- Menaces : force brute, injections SQL, XSS, malwares ; importance des mises à jour
- Sécurisation de base : mots de passe forts, 2FA, masquer /wp-admin
- Plugins de sécurité : Wordfence ou Solid Security ; pare-feu applicatif (WAF)
- Sauvegardes automatiques (UpdraftPlus) : fréquence, cloud, test de restauration
- Extensions indispensables : sécurité, SEO (Yoast), performance (WP Rocket), formulaires

M12 MISE EN PRODUCTION ET BILAN (2H)

Objectif : déployer un site WordPress du local vers la production en toute sécurité, et conclure.

- Checklist pré-lancement : SEO, formulaires, mentions légales, performance, sécurité
- Migrer de LocalWP vers Hostinger : export base + fichiers, import phpMyAdmin
- Mettre à jour les URLs (search-replace) et transférer les fichiers (FTP)
- Post-migration : permaliens, SSL, emails transactionnels, monitoring (uptime)
- Projet final : audit de son site (CPT, thème enfant, templates, formulaire) + bilan



PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Thème	Contenu	Mode
J1	7h	**Installation, architecture & administration avancée**	Architecture WP, base de données SQL, CPT & ACF	Présentiel
J2	7h	**Thèmes, Divi & templating**	Thème enfant, CSS additionnel, Divi Theme Builder, PHP/JS	Présentiel
J3	7h	**Blended Learning**	Production guidée sur son propre site - plateforme	Blended Learning
J4	7h	**Formulaires, plugins, sécurité & performance**	Divi Forms, API tierces, cache, sécurité, mise en production	Présentiel

mandyben formation

WOOCOMMERCE

E-COMMERCE, PAIEMENT & GESTION DES VENTES

Créer, configurer et piloter sa boutique en ligne avec WordPress et Divi

21 HEURES (3 JOURS) DONT 1 JOUR BLENDED LEARNING



EN BREF

Public	Stagiaires ayant suivi les parcours WordPress / Divi. Entrepreneurs, commerçants, webmasters souhaitant créer ou gérer une boutique en ligne.
Prérequis	Maîtrise de WordPress et de Divi (création de pages, contenus, thème enfant).
Durée	21 heures (3 jours) dont 1 jour blended learning (jour 2).
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Installer et configurer WooCommerce sur un site WordPress/Divi.
2. Créer et organiser un catalogue produits.
3. Mettre en place des solutions de paiement et de livraison.
4. Gérer les commandes, stocks et clients.
5. Optimiser les ventes avec promotions, emailing et IA.

OUTILS UTILISÉS

Outils mobilisés tout au long de la formation pour créer et piloter sa boutique :

WooCommerce	Divi Builder	Stripe / PayPal	Canva IA	Claude Anthropic	Google Analytics 4
Plateforme e-commerce	Personnalisation boutique	Paiement en ligne	Visuels produits	Fiches produits & stratégie	Suivi des ventes

JOUR 1 - INSTALLATION, CATALOGUE PRODUITS & PAIEMENT — 7h

M1 DÉCOUVERTE ET INSTALLATION DE WOOCOMMERCE (1H30)

Objectif : comprendre l'écosystème e-commerce WordPress et installer WooCommerce sur son site.

- WooCommerce, solution e-commerce n°1 sur WordPress ; vs Shopify, Prestashop
- Installer le plugin ; assistant de configuration (pays, devise, type de produits)
- Pages créées automatiquement : boutique, panier, commande, mon compte
- Paramétrages : zones de vente, TVA, comptes clients (inscription ou achat invité)
- Compatibilité WooCommerce / Divi : modules Divi spécifiques boutique

M2 CRÉER ET ORGANISER SON CATALOGUE PRODUITS (2H30)

Objectif : créer des fiches produits complètes, organisées et optimisées pour la conversion et le SEO.

- Types de produits : simple, variable, groupé, virtuel, téléchargeable
- Fiche produit complète : titre, descriptions, prix, prix promo, galerie
- Visuels produits avec Canva IA
- Gestion des stocks : seuils d'alerte, rupture, SKU (références)
- Produits variables : attributs (couleur, taille) et variations
- Catégories et étiquettes : arborescence cohérente pour le SEO
- Fiches produits optimisées SEO avec Claude ; mise en avant via modules Divi

M3 SOLUTIONS DE PAIEMENT (1H30)

Objectif : configurer des moyens de paiement sécurisés et adaptés à sa clientèle.

- Moyens natifs : virement, chèque, paiement à la livraison (usages, limites)
- Stripe : compte, clés API, cartes bancaires, Apple Pay, Google Pay
- PayPal : connecter son compte Business à WooCommerce
- Stripe vs PayPal : frais, expérience client, marchés cibles
- Sécurité : SSL obligatoire, conformité PCI-DSS, test en sandbox

M4 LIVRAISON ET TAXES (1H)

Objectif : configurer les options de livraison et la gestion de la TVA adaptées à son activité.

- Zones de livraison (France, Europe, International) et tarifs (forfait, poids)
- Points relais et transporteurs : extensions disponibles
- TVA : calcul automatique par zone, taux par catégorie, prix TTC/HT (B2C/B2B)
- Tester le tunnel d'achat : panier → livraison → paiement → confirmation

JOUR 2 - BLENDED LEARNING - CONSTRUCTION DE SA BOUTIQUE — 7h

Journée dédiée à la pratique en autonomie sur la plateforme e-learning Mandyben : chacun construit sa boutique à partir des acquis du jour 1. Le formateur est disponible par messagerie.

ACCÈS PLATEFORME - PRODUCTION GUIDÉE EN AUTONOMIE

- Catalogue : au moins 5 fiches produits (dont 1 variable), descriptions et visuels IA
- Organiser ses produits en catégories cohérentes
- Personnalisation Divi : page d'accueil boutique, page produit et page panier
- Paiement (Stripe/PayPal sandbox) et 2 zones de livraison avec tarifs
- Test du tunnel d'achat : commande complète et vérification des emails automatiques
- Exploration libre : 2 extensions (avis clients, upsell) ; noter les difficultés pour le J3

LIVRABLE ATTENDU

Boutique WooCommerce fonctionnelle avec catalogue, paiement test et commande de bout en bout, prête à être optimisée en J3.

JOUR 3 - GESTION DES VENTES, PROMOTIONS & OPTIMISATION — 7h

M5 GESTION DES COMMANDES ET DES CLIENTS (1H30)

Objectif : suivre, traiter et gérer efficacement les commandes et la relation client au quotidien.

- Tableau de bord des commandes : statuts (en attente, en cours, terminée...)
- Traiter une commande : facturation, expédition, notification client, factures
- Gestion des clients : « Mon compte » et segmentation (nouveaux, fidèles)
- Remboursements (partiel/total) et politique de retour (page dédiée)

M6 PROMOTIONS, COUPONS ET FIDÉLISATION (2H)

Objectif : mettre en place des actions commerciales pour stimuler les ventes et fidéliser la clientèle.

- Coupons : pourcentage, montant fixe, livraison gratuite ; restrictions
- Codes promo à usage unique vs réutilisables
- Vente additionnelle : cross-selling (panier) et upselling (fiche produit)
- Paniers abandonnés : relance email rédigée avec Claude
- Avis clients : activer, modérer ; impact conversion et SEO local
- Programme de fidélité : extensions (points, parrainage)

M7 REPORTING, ANALYSE DES VENTES & IA (1H30)

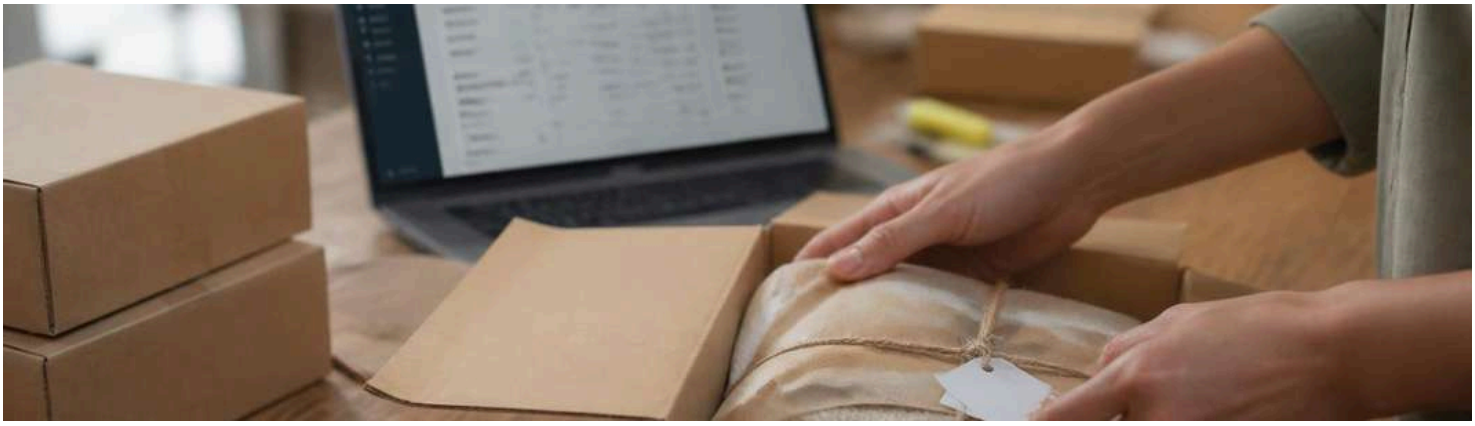
Objectif : suivre ses performances commerciales et utiliser l'IA pour orienter sa stratégie de vente.

- Analytics WooCommerce : CA, commandes, panier moyen, produits les plus vendus
- Rapports de stock : produits à réapprovisionner
- Google Analytics 4 : tunnel de conversion e-commerce et points de friction
- Analyse assistée par IA : exporter ses ventes, identifier les tendances avec Claude
- Recommandations d'actions : produits à mettre en avant, promotions ciblées

M8 SÉCURITÉ, CONFORMITÉ & BILAN (2H)

Objectif : sécuriser sa boutique, respecter les obligations légales du e-commerce et conclure par un bilan.

- Sécurité : SSL, sauvegardes des commandes, mises à jour Woo/thème/extensions
- Conformité France : mentions légales et CGV obligatoires
- Droit de rétractation (14 jours) : affichage et gestion
- RGPD : données clients, cookies ; CGV générées avec Claude (à faire valider)
- Bilan : présentation de sa boutique et plan de lancement ; ressources



PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Thème	Contenu	Mode
J1	7h	**Installation & catalogue produits**	Configuration WooCommerce, produits, paiement, livraison	Présentiel
J2	7h	**Blended Learning**	Construction de sa boutique en autonomie sur plateforme	Blended Learning
J3	7h	**Gestion des ventes & optimisation**	Commandes, clients, promotions, reporting, sécurité, IA	Présentiel

mandyben formation

programme de formation

MARKETING DIGITAL ORIENTÉ EXPÉRIENCE UTILISATEUR

14 HEURES (2 JOURS) · PRÉSENTIEL OU DISTANCIEL



EN BREF

Public	Professionnels du marketing, entrepreneurs et responsables de communication souhaitant optimiser l'expérience utilisateur et personnaliser leurs stratégies digitales.
Prérequis	Connaissance de base du marketing digital et une forte curiosité pour l'expérience utilisateur.
Durée	14 heures (2 jours) - présentiel ou distanciel.
Formalisation	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Maîtriser les bases de l'UX dans le marketing digital.
2. Améliorer l'engagement client en personnalisant les interactions multicanales.
3. Analyser le parcours client et optimiser l'expérience utilisateur.
4. Maximiser la performance de ses actions marketing.

OUTILS & MÉTHODES UTILISÉS

Outils et méthodes UX présentés et mis en pratique tout au long de la formation :

Google Analytics 4	**Heatmaps / Hotjar**	**Empathy Map**	**Customer Journey Map**	**Personas Buyer**	**A/B Testing**
Mesure d'audience	Comportement	Empathie utilisateur	Parcours client	Ciblage	Optimisation

JOUR 1 - FONDAMENTAUX UX, PERSONAS & CANAUX

M1 LES FONDAMENTAUX DE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX) (2H30)

Objectif : comprendre les fondamentaux de l'UX et son rôle dans le marketing digital.

- Chiffres clés ; définition et importance de l'UX en marketing digital
- Les différents niveaux d'expérience utilisateur
- Étapes clés du parcours client et points de contact
- Scénarios utilisateur : besoins et émotions
- Les outils pour développer l'empathie

M2 ADAPTER LES PERSONAS BUYER AUX CANAUX DE COMMUNICATION (1H30)

Objectif : adapter les personas buyer aux différents canaux de communication.

- Approfondir la connaissance des personas buyer
- Personnaliser messages et contenus selon les canaux
- Aligner les personas avec les canaux les plus pertinents

M3 SPÉCIFICITÉS DES DIFFÉRENTS CANAUX MARKETING UX (3H00)

Objectif : décliner l'expérience utilisateur sur chaque canal marketing.

- Réseaux sociaux : par persona, ton/format/fréquence, stories et reels
- Email marketing : segmentation par persona, personnalisation, ouverture et clic
- SEO & site web : mots-clés par persona et optimisation de l'expérience
- Publicité & contenu : ciblage, annonces personnalisées ; influence vs contenu

JOUR 2 - PARCOURS CLIENT & MESURE DE L'UX

M4 LE PARCOURS CLIENT : CONCEPTION ET OPTIMISATION (4H00)

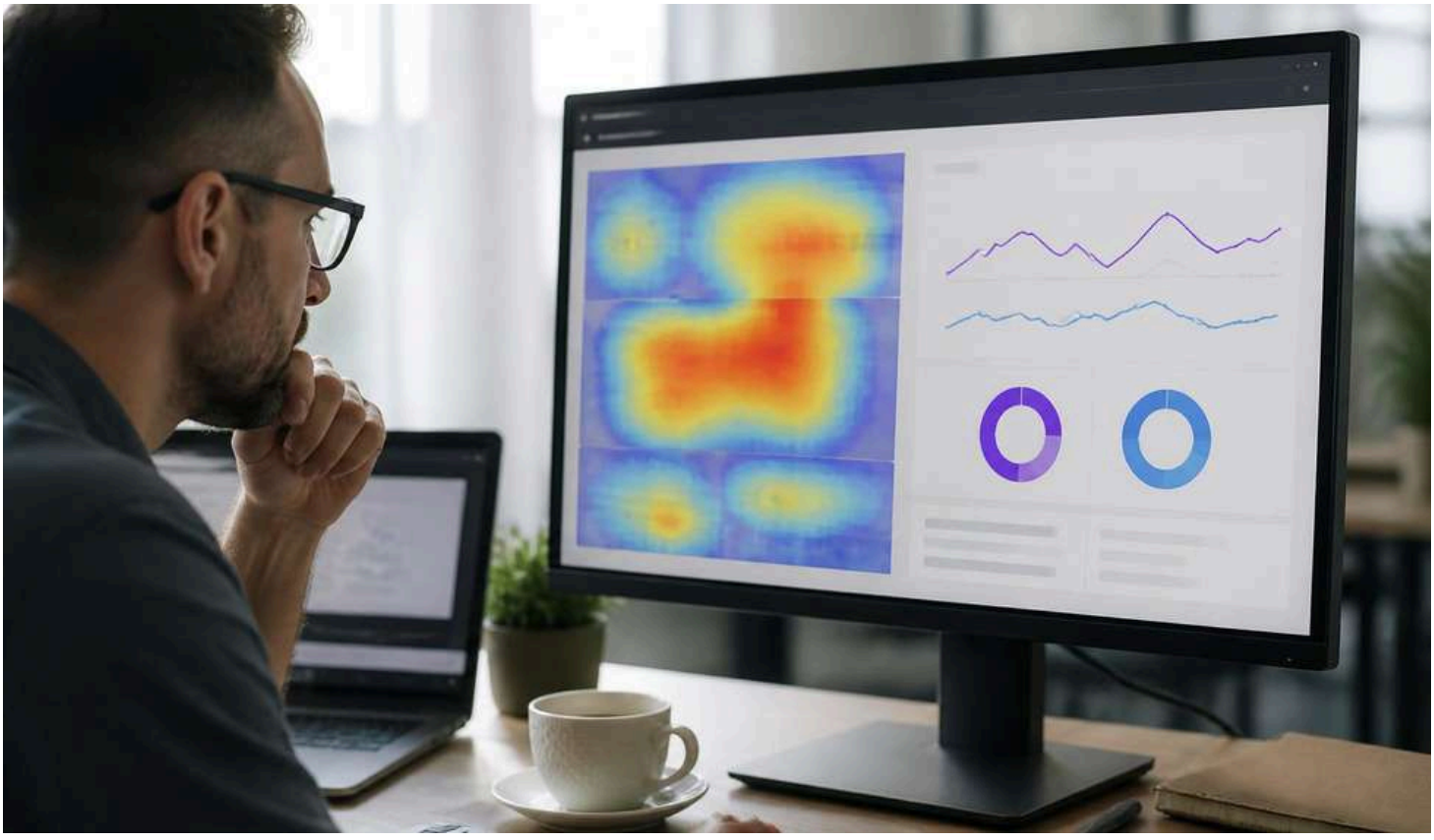
Objectif : concevoir et optimiser le parcours client à l'aide des outils UX.

- Empathy map : dimensions de l'outil et compréhension des utilisateurs
- Customer journey map : parcours détaillé, points de friction et opportunités
- Touchpoints : analyse des interactions à chaque étape du parcours
- Optimisation du parcours : stratégies d'amélioration à chaque étape

M5 MESURER ET AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (3H00)

Objectif : mesurer la performance UX et l'améliorer en continu.

- KPI : taux de rebond, durée de session, taux de conversion
- Outils d'analyse : Google Analytics 4, heatmaps, enquêtes de satisfaction
- Amélioration continue : A/B tests et itération



PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Module	Contenu clé
J1	2h30	**M1 - Fondamentaux de l'UX**	Définition, niveaux, parcours, empathie
J1	1h30	**M2 - Personas buyer & canaux**	Personas, personnalisation, alignement canaux
J1	3h00	**M3 - Spécificités des canaux UX**	Réseaux sociaux, email, SEO, publicité, contenu
J2	4h00	**M4 - Parcours client**	Empathy map, customer journey map, touchpoints, optimisation
J2	3h00	**M5 - Mesurer & améliorer l'UX**	KPI, Google Analytics 4, heatmaps, A/B tests

JOUR 1 - INTRODUCTION & RECHERCHE UTILISATEUR

M1 (2H00)

programme de formation

PROJET DE CONCEPTION DIGITALE UX/UI

MISE EN PRATIQUE

21 HEURES (3 JOURS) · PRÉSENTIEL OU DISTANCIEL

Objectif : Comprendre les fondamentaux UX/UI et la méthodologie d'un projet.

- UX vs UI : définitions, différences et complémentarités
- Étapes clés d'un projet UX/UI, du concept à la réalisation
- Cas pratiques d'applications réussies

M2 COMPRENDRE LES BESOINS DES UTILISATEURS (3H00)



Objectif : mener une recherche utilisateur et définir des personas et des parcours.

- Recherche utilisateur : pourquoi et comment recueillir des informations
- Méthodes : interviews, sondages, focus groups, analyse des données
- Personas et parcours utilisateurs : profils types pour comprendre les besoins

Atelier : élaborer des personas et définir des parcours pour un projet

M3 DÉFINITION DES OBJECTIFS & EXIGENCES FO

Objectif : définir les objectifs du projet et les exigences fonctionnelles.

- Objectifs produit : concilier besoins utilisateurs et objectifs business
- Storyboards et scénarios d'utilisation : visualiser les interactions

Atelier : rédiger des scénarios et créer des storyboards

JOUR 2 - CONCEPTION & PROTOTYPAGE

M4 CONCEPTION UX : ARCHITECTURE DE L'INFORMATION & WIREFRAMES (3H30)

Objectif : structurer l'information et concevoir des wireframes.

- Architecture de l'information : contenu structuré, navigation intuitive
- Wireframing : wireframes basse fidélité des éléments clés de l'interface

M5 (3H00)

Objectif : réaliser un prototype interactif et préparer les tests utilisateurs.

- Prototypage rapide : prototypes interactifs avec Figma (et Figma AI)
- Importance des tests pour valider les hypothèses de conception
- Méthodes de tests : modération, A/B testing, tests assistés par IA (Maze)

Atelier : concevoir les wireframes d'un projet réel (Figma ou Sketch)

Atelier : créer un prototype interactif et préparer les tests

OUTILS & MÉTHODES UTILISÉS

Outils et méthodes de conception UX/UI mobilisés tout au long du projet :

- **Figma** — Wireframes & prototypes
- **Sketch** — Design d'interface
- **Figma AI** — Prototypage assisté par IA



JOUR 1 - INTRODUCTION & RECHERCHE UTILISATEUR

M1 INTRODUCTION À L'UX/UI & MÉTHODOLOGIE DE PROJET (2H00)

Objectif : comprendre les fondamentaux UX/UI et la méthodologie d'un projet.

- UX vs UI : définitions, différences et complémentarités
- Étapes clés d'un projet UX/UI : du concept à la réalisation
- Cas pratiques d'applications réussies

M2 COMPRENDRE LES BESOINS DES UTILISATEURS (3H00)

Objectif : mener une recherche utilisateur et définir des personas et des parcours.

- Recherche utilisateur : pourquoi et comment recueillir des informations
- Méthodes : interviews, sondages, focus groups, analyse des données
- Personas et parcours utilisateurs : profils types pour comprendre les besoins

Atelier : élaborer des personas et définir des parcours pour un projet

M3 DÉFINITION DES OBJECTIFS & EXIGENCES FONCTIONNELLES (2H00)

Objectif : définir les objectifs du projet et les exigences fonctionnelles.

- Objectifs produit : concilier besoins utilisateurs et objectifs business
- Storyboards et scénarios d'utilisation : visualiser les interactions

Atelier : rédiger des scénarios et créer des storyboards

JOUR 2 - CONCEPTION & PROTOTYPAGE

M4 CONCEPTION UX : ARCHITECTURE DE L'INFORMATION & WIREFRAMES (3H30)

Objectif : structurer l'information et concevoir des wireframes.

- Architecture de l'information : contenu structuré, navigation intuitive
- Wireframing : wireframes basse fidélité des éléments clés de l'interface

Atelier : concevoir les wireframes d'un projet réel (Figma ou Sketch)

M5 PROTOTYPAGE & TEST UTILISATEUR (3H30)

Objectif : réaliser un prototype interactif et préparer les tests utilisateurs.

- Prototypage rapide : prototypes interactifs avec Figma (et Figma AI)
- Importance des tests pour valider les hypothèses de conception
- Méthodes de tests : modérés, A/B testing, tests assistés par IA (Maze)

Atelier : créer un prototype interactif et préparer les tests



JOUR 3 - DESIGN UI & FINALISATION DU PROJET

M6 CONCEPTION UI : PRINCIPES & BONNES PRATIQUES (3H30)

Objectif : appliquer les principes et bonnes pratiques du design UI.

- Principes UI : couleurs, typographie, espaces et contrastes
- Design Systems : harmoniser les composants pour une interface cohérente
- Accessibilité numérique : concevoir des interfaces accessibles à tous

Atelier : appliquer les principes UI à une interface existante

M7 ITÉRATION & FINALISATION DU PROJET (3H30)

Objectif : itérer, finaliser et présenter le projet UX/UI.

- Retours sur les tests : intégrer les feedbacks pour améliorer l'interface
- Affiner l'interface : modifications finales selon les résultats des tests
- Livraison et documentation : présentation aux parties prenantes, choix UX/UI

Atelier : finaliser et présenter le projet avec retours en groupe



PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

Jour	Durée	Module	Contenu clé
J1	2h00	**M1 - Introduction & méthodologie UX/UI**	UX vs UI, étapes projet, cas réussis
J1	3h00	**M2 - Besoins des utilisateurs**	Recherche, méthodes, personas, atelier
J1	2h00	**M3 - Objectifs & exigences**	Objectifs produit, storyboards, scénarios
J2	3h30	**M4 - Conception UX & wireframes**	Architecture de l'info, wireframing, atelier
J2	3h30	**M5 - Prototypage & tests**	Prototype interactif, Figma AI, tests IA (Maze), atelier
J3	3h30	**M6 - Conception UI**	Couleurs/typo, design system, accessibilité, atelier
J3	3h30	**M7 - Itération & finalisation**	Feedbacks, finalisation, livraison, présentation

mandyben formation

CERTIFICATION - EXPLICATION

CONCEPTEUR DESIGNER

USER INTERFACE

BLOC 3

Réaliser, améliorer et animer des sites web

CRÉER
INNOVER
DÉVELOPPER



mandyben formation

CERTIFICATION · CCP 3

TP Concepteur Designer UI

Réaliser, améliorer et animer des sites web

ÉPREUVE : 50 MIN



35 MIN · PRÉSENTATION

Présentation du projet de site internet

15 MIN · JURY

Questions sur le projet

OBJECTIF & COMPÉTENCES

Présenter un projet de site internet réalisé en entreprise ou en centre de formation. Le projet ne nécessite pas de commanditaire réel.

- ✓ Adapter des systèmes de gestion de contenus.
- ✓ Intégrer des pages web.
- ✓ Optimiser en continu un site web ou une interface.

DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

35 min · Présentation

Présenter le site réalisé comme devant un client, avec un support préparé en amont.

15 min · Questions du jury

Répondre aux questions du jury sur le projet et les choix techniques.

À RETENIR

Durée totale : 50 minutes. Aucun entretien technique ni questionnaire professionnel supplémentaire.

PRÉSENTATION ORALE

CONTEXTE · Entreprise / service et contexte du projet

SITE · Présentation fonctionnelle du site

OPTIMISATIONS · Améliorations et perspectives du site

BILAN · Synthèse, satisfactions et difficultés

DOSSIER À REMETTRE AU JURY

01	Résumé du projet (environ 1 200 caractères hors espaces)
02	Cahier des charges fixant les limites du projet
03	Synthèse des objectifs du projet
04	Captures d'écran du code HTML/CSS écrit pour le projet
05	Captures d'écran du code PHP ou JavaScript personnalisé
06	Détail des mesures de sécurisation du site Internet
07	Captures d'écran de l'administration du site (tableau de bord, réglages généraux)

MATÉRIEL & PRÉPARATION

Ordinateur portable, téléphone ou tablette autorisés. Prévoir un support lisible, expliquer les choix techniques et répéter la présentation pour tenir les 35 minutes.