CATALOGUE
FORMATION

DEVENEZ EXPERT
DU DIGITAL

TITRE PROFESSIONNEL

CONCEPTEUR DESIGNER UX/UI/IA

73 *jours*

POUR CRÉER,
COMMUNIQUER
& INNOVER



BC1
DESIGNER WEB MOTION DESIGN

- Culture Web UX/UI
- Charte Graphique
- Design WEB
- Prototypage Responsive
- Animation Effets
- Vidéo Sound design
- Storytelliing

BC2
COMMUNICATION DIGITALE IA

- Stratégie de contenu & Branding
- Réseaux sociaux
- IA Vibe Coding
- WordPress
- GEO SEO
- Automatisation & Analyse

BC3
CONCEPTEUR UX UI IA

- Méthode agile
- Design Thinking
- Html CSS Javascript PHP
- WordPress Dynamique
- E-Commerce
- Marketing UX

UN PARCOURS COMPLET POUR MAÎTRISER
LA CRÉATION, LA COMMUNICATION ET L'INNOVATION DIGITALE

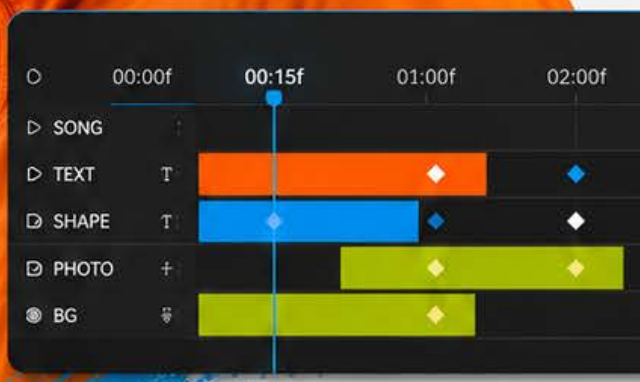
CATALOGUE
FORMATION

TP CONCEPTEUR DESIGNER UI RNCP

Designer Web & Motion Design

23 jours
161h





WEB DESIGN
Culture Web UX/UI - Charte Graphique WEB - Prototypage - Responsive

MOTION DESIGN
Animation - Vidéo Effets - Storytelling

CRÉATION & IMPACT
Identité visuelle - Communication digitale

IMAGINE.
CRÉE.
ANIME.
INSPIRE.

mandyben formation

PARCOURS CERTIFIANT · MODULE BC1

Designer Web & Motion Design IA

Le parcours complet pour concevoir des interfaces web et produire des contenus vidéo & motion, augmentés par l'intelligence artificielle.

140 heures - 20 jours

RNCP 42140 · ÉLIGIBLE CPF



100% PRÉSENTIEL

146 rue Paradis · 13006 Marseille

OU EN VISIO EN DIRECT

Formateur live · le même programme, à distance

6 FORMATIONS · 2 DOMAINES

1 · Fondamentaux UX/UI & Prototypage

4 modules · 70h

Culture Web & Ergonomie UX/UI	14h	Charte graphique web	14h
Maquette graphique Web & Figma	35h	Initiation à l'IA générative d'images	7h

2 · Montage vidéo & Motion Design

3 modules · 91h

Montage vidéo avec Premiere Pro	35h	Motion Design avec After Effects	35h
Soun design avec Adobe Audition	21h		

BLOC BC01

Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication — Titre Professionnel **Concepteur Designer UI**, RNCP42140BC01 - Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication

PLACES LIMITÉES - INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

contact@mandyben.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

mandyben formation

PROGRAMME DE FORMATION

CULTURE WEB ET ERGONOMIE UX/UI DESIGN

14 heures (2 jours)



PUBLIC
Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet.

PRÉREQUIS
Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).

DURÉE
14 heures (2 jours).

FORMALISATION
Attestation de fin de formation.

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

1. Acquérir la culture du design web et des pratiques UX/UI actuelles.
2. Comprendre l'expérience utilisateur et le facteur humain.
3. Découvrir et utiliser les outils d'IA appliqués à l'UX/UI design.
4. Comprendre l'influence de l'ergonomie sur le succès d'une application multimédia.

OUTILS D'IA INTÉGRÉS AU PARCOURS

Outils utilisés en illustration et mise en pratique tout au long de la formation :

Uizard Génération d'interface (prompt/croquis)	**Uimagic** Captures en maquettes éditables	**Maze** Tests utilisateurs (IA)	**TeleportHQ** Génération de code front-end
Sketch2React Maquettes en code React	**Framer** Prototypage interactif	**Google Stitch** Génération de UI par IA (ex-Galileo AI)	**Relume AI** Sitemaps & layouts

JOUR 1 — CULTURE WEB, ERGONOMIE & EXPÉRIENCE UTILISATEUR — 7h

M1 HISTOIRE & ÉVOLUTION DU WEB DESIGN — 1h30

Objectif : comprendre l'histoire du web pour mieux anticiper ses tendances actuelles et futures.

- Historique du web : ARPANET, premiers navigateurs, ère Flash
- L'avènement du CSS, du Responsive, des grilles et frameworks
- Web 1.0 vs 2.0 ; standards actuels HTML5 / CSS3 / JavaScript
- Tendances actuelles et IA générative dans le design web (Uizard, Google Stitch)

M2 PROCESSUS DE CONCEPTION & CADRAGE PROJET — 1h30

Objectif : comprendre les livrables de cadrage et leur rôle dans la conception d'une interface.

- Cahier des charges : lire un brief, contraintes fonctionnelles et graphiques
- Charte graphique : déclinaison web (RVB, résolution, typographies web)
- Arborescence et navigation : maillage interne, UX writing
- Génération assistée d'arborescences avec Relume AI

M3 ERGONOMIE, UI DESIGN, UX DESIGN & IHM — 2h

Objectif : assimiler les fondamentaux de l'ergonomie web et de la conception centrée utilisateur.

- UX Wording : hiérarchie de contenus, lecture en diagonale, confort de lecture
- Typographie, couleurs et conventions (liens, titres, emphase)
- Formulaires, menus, fil d'Ariane ; poids des pages et performance perçue
- Lois cognitives : Gestalt, Fitts, affordance, Hick
- Analyse d'interfaces avec Maze (tests d'ergonomie assistés IA)

M4 L'HUMAIN AU CENTRE : PERSONAS & PARCOURS UTILISATEURS — 2h

Objectif : modéliser les utilisateurs cibles et leurs comportements pour concevoir des interfaces adaptées.

- Personas : définition, construction (données, motivations, frictions) et usages
- Génération de personas assistée par IA (Uizard, Uimagic)
- Parcours utilisateurs (User Journey) : cartographie des étapes clés
- Points de friction et d'opportunité ; lien avec l'architecture d'information

JOUR 2 PROCESSUS UX, PROTOTYPAGE & OUTILS IA 7h

M5 LE PROCESSUS ITÉRATIF UX DESIGN 2h

Objectif : comprendre et appliquer les grandes étapes de la démarche UX.

- Compréhension : recueil des besoins, analyse du contexte, benchmark
- Exploration & idéation : brainstorming, mind mapping, zoning, wireframing
- Génération de wireframes avec Uizard et Google Stitch
- Matérialisation : maquette haute fidélité, prototypage (Framer), tests (Maze)
- Implémentation : livrables développeurs, handoff et documentation des specs UI



M6 MAQUETTE GRAPHIQUE & OUTILS IA DE PROTOTYPAGE 3h

Objectif : concevoir des maquettes graphiques web en exploitant les outils d'IA pour accélérer le processus.

- Du wireframe à la maquette : composition, affordance, charte, grilles
- Uizard et Uimagic : générer/éditer des interfaces (prompt, croquis, captures)
- Google Stitch (ex-Galileo AI) : génération de UI complètes par IA
- Framer (prototypage), Sketch2React et TeleportHQ (maquette → code)
- Relume AI : génération de sitemaps et de layouts
- Mise en pratique : d'un brief simple à une maquette IA, itérer et présenter

M7 BILAN, ÉVALUATION ET MISE EN PERSPECTIVE 2h

Objectif : consolider les acquis, évaluer les compétences et définir les prochaines étapes.

- Synthèse des deux jours : concepts clés et bonnes pratiques
- Cas pratique : analyse critique d'une interface, points forts et axes d'amélioration
- Propositions d'optimisation UX/UI argumentées ; simulation avec Uizard, Maze
- Évaluation, tour de table et ressources pour aller plus loin

PLANNING SYNTHÉTIQUE

DURÉE	THÈME	CONTENU	OUTILS IA
J1 · 1h30	**Histoire & évolution du Web**	Origines, HTML5/CSS3, tendances actuelles	Uizard, Google Stitch
J1 · 1h30	**Processus de conception**	CDC, charte graphique, arborescence	Relume AI
J1 · 2h	**Ergonomie, UI/UX, IHM**	Lois cognitives, UX wording, accessibilité	Maze
J1 · 2h	**Personas & parcours**	Modélisation utilisateurs, user journey	Uizard, Uimagic
J2 · 2h	**Processus itératif UX**	Wireframes, tests, implémentation	Google Stitch, Maze, Framer
J2 · 3h	**Maquette & outils IA**	Conception haute fidélité, pratique IA	Tous les outils IA
J2 · 2h	**Bilan & évaluation**	Cas pratique, synthèse, perspectives	Uizard, Maze

mandyben formation

146 rue Paradis, 13006 Marseille · contact@mandyben.com · www.mandyben-formation.com

04.42.31.43.55 - SIRET : 491 820 270 00057 - N° déclaration activité : 93 13 12405 13

Mobile : 06 82 97 30 50 · Code APE 8559A · Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État

mandyben formation

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉER UNE CHARTE GRAPHIQUE POUR LE WEB

14 heures (2 jours)



PUBLIC

Demandeurs d'emploi, salariés, intermittents, tout professionnel souhaitant créer ou adapter une charte graphique web.

PRÉREQUIS

Bonne connaissance de l'environnement informatique.
Notions de base en graphisme recommandées.

DURÉE

14 heures (2 jours).

FORMALISATION

Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

1. Créer ou adapter une charte graphique pour le web.
2. Maîtriser les fondamentaux du design système.
3. Découvrir et utiliser les outils d'IA appliqués à la conception graphique web.

JOUR 1 — FONDAMENTAUX DE LA CHARTE GRAPHIQUE WEB — 7h

M1 LA CHARTE GRAPHIQUE : DÉFINITION, CONTENU ET ENJEUX — 1h

Objectif : comprendre ce qu'est une charte graphique web, ses composantes et son rôle stratégique.

- Définition et utilité d'une charte graphique web
- Contenu : logo, couleurs, typographies, composants UI, ton éditorial
- Charte graphique vs design system vs style guide
- Analyse d'exemples actuels (grandes marques, startups, institutions)
- Exemples générés et structurés avec Uizard et Google Stitch

M2 L'IDENTITÉ GRAPHIQUE ET SES CONTRAINTES — 1h

Objectif : poser les règles d'utilisation d'une identité graphique existante pour le web.

- Contraintes d'utilisation : zones de protection, usages interdits
- Contraste : lisibilité sur fonds clairs et foncés
- Position et dimensionnement du logotype
- Déclinaisons du logo (couleur, noir/blanc, favicon)
- Simulation de déclinaisons logotype avec Uimagic

M3 LE CONTENU ET LE MOODBOARD — 1h30

Objectif : définir le style éditorial et visuel du projet et structurer l'inventaire des contenus.

- Inventaire des contenus : images, vidéos, sons, animations, articles, infographies
- Style d'images/illustrations et iconographie : cohérence visuelle
- Moodboard : ton et message de la marque ; collecte d'inspirations
- Pistes visuelles générées par IA (Uimagic, Google Stitch)
- Zoning à main levée ou assisté par IA (Relume AI)

M4 LA GRILLE ET LA MISE EN PAGE RESPONSIVE — 1h30

Objectif : comprendre et appliquer les systèmes de grilles adaptés à chaque format d'écran.

- Grilles : 12 colonnes, systèmes de modules, grilles fluides
- Distribuer les éléments sur la grille ; du zoning à la structure de page
- Responsive : breakpoints bureau, tablette, mobile
- Marges et espacements (padding, gutter)
- Génération de layouts responsives avec Relume AI et TeleportHQ

M5 LES ÉLÉMENTS INTERACTIFS — 2h

Objectif : identifier, classifier et spécifier tous les composants UI récurrents d'un site web.

- Inventaire des composants : navigation (principale, mobile, hamburger, tabs)
- Boutons et liens : états (survol, actif, désactivé) ; CTA primaire/secondaire
- Formulaires : champs, labels, messages d'erreur, validation
- Composants spéciaux : cartes, modales, tooltips, notifications
- Prototyper les états avec Framer et Sketch2React (hover, focus, disabled)
- Test d'utilisabilité des éléments avec Maze

JOUR 2 — TYPOGRAPHIE, COULEUR, MOUVEMENT & PRODUCTION — 7h

M6 TYPOGRAPHIE POUR LE WEB — 2h

Objectif : maîtriser le choix et l'utilisation des typographies en contexte web et responsive.

- Classifications : Serif, Sans-serif, Monospace, Display, Handwritten
- Associer des fontes harmonieusement (Google Fonts, Adobe Fonts)
- Rythme et hiérarchie : niveaux H1-H6, taille, graisse, interligne, couleur
- Typographie fluide : adapter la taille au format d'écran
- Licences web : Adobe Fonts, Fontshare ; fontes gratuites et fonderies
- Accessibilité (contraste, lisibilité), font stack CSS et alternatives
- Systèmes typographiques assistés par IA (Uizard, Google Stitch)

M7 COULEUR POUR LE WEB — 1h30

Objectif : construire une palette de couleurs cohérente, accessible et adaptée aux standards web.

- Standards web : hexadécimal, RGB, HSL ; conversion CMJN/Pantone → RGB
- Psychologie de la couleur : chaudes, froides, neutres et impact émotionnel
- Créer une palette avec Adobe Color (complémentaire, analogue, triadique)
- Rôles des couleurs : primaire, secondaire, accent, survol, bordure, fond
- Accessibilité (WCAG AA/AAA) ; génération et test avec Uimagic et Google Stitch

M8 TRANSMETTRE LE MOUVEMENT — 1h

Objectif : spécifier les animations, transitions et micro-interactions dans la charte graphique.

- Transitions : durée, courbe d'accélération (easing), déclencheur
- Animations : keyframes, scroll-based, entrance/exit
- Micro-interactions : feedback utilisateur, boutons, loading states
- Principes de motion design appliqués à l'UI web
- Prototypage d'animations et de transitions avec Framer

M9 PRODUCTION DE LA CHARTE GRAPHIQUE — 1h30

Objectif : assembler et formaliser l'ensemble des règles dans un document de référence exploitable.

- Document charte : récapituler les règles, valeurs, ton et positionnement
- Première version générée avec Uizard ou Google Stitch
- Style Guide (livrable dev) : couleurs, typographie, marges, grilles
- Déclinaisons bureau, mobile, tablette ; librairie de composants réutilisable
- Export et handoff vers les intégrateurs avec TeleportHQ et Sketch2React

M10 BILAN, ÉVALUATION ET MISE EN PERSPECTIVE — 1h

Objectif : consolider les acquis et valider la capacité à produire une charte graphique web complète.

- Synthèse des deux jours : règles clés et bonnes pratiques
- Cas pratique : présentation de la charte produite pendant la formation
- Retours du formateur et évaluation en continu
- Tour de table et ressources pour aller plus loin

OUTILS D'IA INTÉGRÉS AU PARCOURS

Outils utilisés en illustration et mise en pratique tout au long de la formation :

Uizard — Génération d'interface (prompt/croquis)	**Uimagic** — Captures en maquettes éditables	**Maze** — Tests utilisateurs (IA)	**TeleportHQ** — Génération de code front-end
Sketch2React — Maquettes en code React	**Framer** — Prototypage interactif	**Google Stitch** — Génération de UI par IA (ex-Galileo AI)	**Relume AI** — Sitemaps & layouts

PLANNING SYNTHÉTIQUE

DURÉE	THÈME	CONTENU	OUTILS IA
J1 · 1h	**La charte graphique**	Définition, composantes, exemples	Uizard, Google Stitch
J1 · 1h	**Identité graphique**	Contraintes logo, protection, contraste	Uimagic
J1 · 1h30	**Contenu & Moodboard**	Inventaire, moodboard, zoning	Uimagic, Google Stitch, Relume AI
J1 · 1h30	**Grille & Responsive**	Grilles, breakpoints, marges	Relume AI, TeleportHQ
J1 · 2h	**Éléments interactifs**	Composants UI, états, CTA, formulaires	Framer, Sketch2React, Maze
J2 · 2h	**Typographie**	Hiérarchie, licences, accessibilité	Uizard, Google Stitch
J2 · 1h30	**Couleur**	Palette, rôles, accessibilité WCAG	Uimagic, Google Stitch
J2 · 1h	**Mouvement**	Transitions, animations, micro-interactions	Framer
J2 · 1h30	**Production charte**	Document final + style guide + handoff	TeleportHQ, Sketch2React, Uizard
J2 · 1h	**Bilan & évaluation**	Présentation, retours, perspectives	Tous

mandyben formation **PROGRAMME DE FORMATION**

INITIATION À L'IA GÉNÉRATIVE DANS LA CRÉATION D'IMAGES

Durée : 7 heures (1 jour) | **100% présentiel**

Formalisation : attestation de fin de formation



PUBLIC

Professionnels, responsables et décideurs, startups, graphistes, communicants, passionnés de technologie.

PRÉREQUIS

Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).

OBJECTIFS

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

1. Comprendre les bases de l'IA appliquée à la création et la modification d'images.
2. Maîtriser les outils de génération text-to-image.
3. Formuler des prompts efficaces.
4. Modifier et optimiser ses images av l'IA.

OUTILS UTILISÉS

Outils de génération et de modification d'images IA explorés durant la journée :

Adobe Firefly	GPT Image (ChatGPT)	Midjourney	Canva IA	ClipDrop / Magnific	Leonardo / Ideogram
Génération IA Adobe	Génération OpenAI (ex-DALL-E)	Génération artistique	Édition & retouche	Upscale & retouche	Outils freemium

JOURNÉE — INITIATION À L'IA GÉNÉRATIVE DANS LA CRÉATION D'IMAGES — 7h

M1 INTRODUCTION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE — 1h

Objectif : comprendre le fonctionnement de l'IA appliquée à la création d'images et le vocabulaire essentiel.

- IA générative vs discriminative ; création d'images (diffusion, GAN)
- Vocabulaire : prompt, seed, inpainting, outpainting, upscale, LoRA
- Catégories : text-to-image, image-to-image, image-to-video
- Applications : publicité, illustration, concept art, photographie, design
- Enjeux éthiques et légaux : droits d'auteur, deepfakes, désinformation
- Panorama des grandes plateformes actuelles

M2 MODIFIER SES IMAGES AVEC L'IA : OUTILS FREEMIUM — 1h

Objectif : prendre en main les outils freemium de modification d'images assistée par IA.

- Outils de retouche IA : Adobe Express, Canva IA (Magic Erase/Edit), Photopea
- ClipDrop (fond, relighting, cleanup), Luminar Neo, EzGif (GIFs)
- Enlever un fond et effacer des zones (Magic Eraser, Cleanup.pictures)
- Conversion de GIFs et d'images en SVG vectoriel
- Démonstration live : retouche d'une photo avec 3 outils

M3 PROCESSUS CRÉATIF : DU TEXTE À L'IMAGE — 1h30

Objectif : maîtriser la rédaction de prompts efficaces et les paramètres clés de la génération d'images.

- Structure d'un bon prompt : sujet, style, ambiance, paramètres techniques
- Prompts positifs et négatifs ; techniques avancées (poids, ordre, modificateurs)
- Image de référence (image-to-image) : guider le style, contrôler l'influence
- Choix du style : photoréalisme, illustration, aquarelle, pixel art, anime
- Le seed : reproduire et varier un résultat, comparer des prompts
- Introduction à l'inpainting : modifier une zone précise d'une image
- Démo : générer une image de A à Z à partir d'un brief visuel

M4 ADOBE FIREFLY & GPT IMAGE : PRÉSENTATION ET DÉMONSTRATION — 1h

Objectif : découvrir et comparer deux outils de référence dans la génération d'images par IA.

- Adobe Firefly : modèle entraîné sur Adobe Stock (usage commercial sécurisé)
- Firefly : Text to Image, Generative Fill/Expand, Text Effects, Recolor
- GPT Image (OpenAI) : successeur de DALL-E, version actuelle GPT Image 2.5
- Accès via ChatGPT, l'API OpenAI et Microsoft Copilot ; texte dans les images
- Comparaison Firefly vs GPT Image : style, usage, limites, complémentarité

M5 MISE EN PRATIQUE SUR DES OUTILS FREEMIUM — 1h

Objectif : explorer et comparer plusieurs plateformes freemium pour trouver l'outil adapté à ses besoins.

- Leonardo AI (modèles, ControlNet, styles), Krea AI (temps réel, retouche)
- Lexica (recherche + génération), Ideogram (texte intégré : logos, affiches)
- Microsoft Designer (ex-Bing Image Creator), génération gratuite
- Comparatif : qualité, crédits gratuits, spécificités
- Pratique : générer sur 2 outils avec le même prompt et analyser les résultats

M6 L'UPSCALE : AMÉLIORER LA QUALITÉ DE SES IMAGES — 30 min

Objectif : comprendre l'upscale et choisir la bonne technique pour valoriser ses images générées.

- Pourquoi upscaler les images IA ; upscale classique vs IA (reconstruction)
- Outils : Magnific AI (jusqu'à 16x), Topaz Photo AI, ClipDrop Upscaler
- Upscale natif dans Leonardo AI et Firefly
- Introduction à l'upscale vidéo (Topaz Video AI, Magnific)

M7 ATELIER LIBRE & BILAN DE LA JOURNÉE — 1h

Objectif : consolider les acquis en production libre et identifier les prochaines étapes de sa pratique IA.

- Atelier : projet personnel, générer/modifier/optimiser une image avec 2+ outils
- Présentation : chacun décrit son image et son workflow (prompt, outil, upscale)
- Synthèse : tableau comparatif des outils (forces, limites, usage recommandé)
- Bonnes pratiques : éthique, droits, référencement des sources IA
- Ressources et prochaines étapes : IA vidéo, 3D, audio, formation avancée

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 - Introduction à l'IA générative image**	Fonctionnement, vocabulaire, éthique, droits	-
1h	**M2 - Modifier ses images avec l'IA**	Outils freemium, suppression fond, retouche, GIF, SVG	Canva IA, ClipDrop, Adobe Express
1h30	**M3 - Processus créatif text-to-image**	Prompts, styles, seed, inpainting, image de référence	Firefly, GPT Image, Midjourney
1h	**M4 - Adobe Firefly & GPT Image**	Démo pratique comparative des deux outils	Adobe Firefly, GPT Image
1h	**M5 - Outils freemium & mise en pratique**	Leonardo, Krea, Lexica, Ideogram, MS Designer	Leonardo, Ideogram, Krea
30min	**M6 - L'upscale**	Définition, techniques image et vidéo, outils	Magnific, ClipDrop, Topaz
1h	**M7 - Atelier final & bilan**	Production libre, retours formateur, synthèse	Tous les outils

mandyben formation

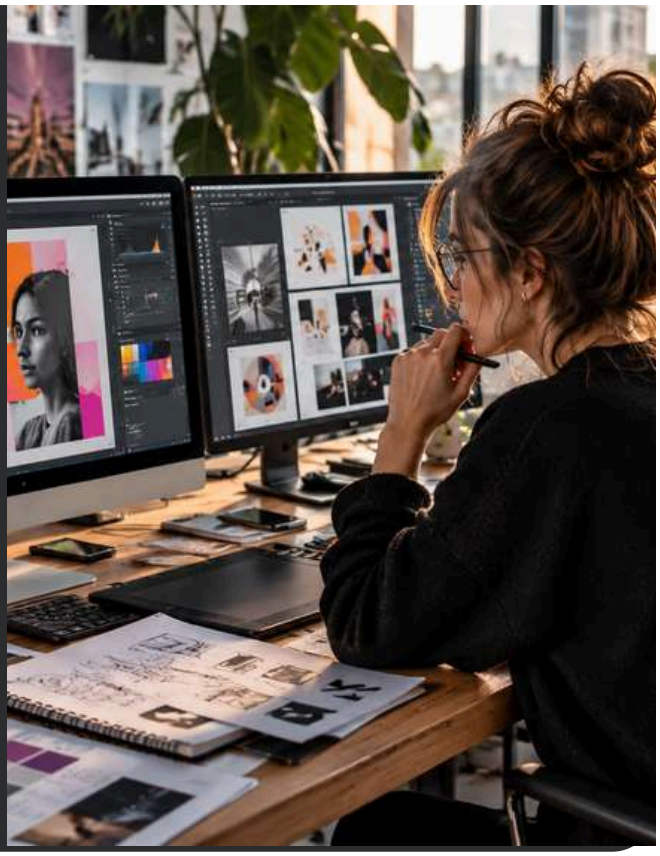
146 rue Paradis, 13006 Marseille · 04.42.31.43.55
contact@mandyben.com · www.mandyben-formation.com
SIRET : 491 820 270 00057 · N° déclaration activité : 93 13 12405 13 (ne vaut pas agrément de l'État)

mandyben formation

PROGRAMME DE FORMATION

MAQUETTE GRAPHIQUE WEB & FIGMA

35 heures (5 jours) | **dont 1 jour blended learning**



PUBLIC

Professionnels du marketing digital, entrepreneurs, responsables de marques, webmasters, graphistes, designers web.

PRÉREQUIS

Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows). Notions de base en design web recommandées.

DURÉE

35 heures (5 jours) dont 1 jour blended learning en autonomie (jour 3).

FORMALISATION

Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

1. Maîtriser Figma pour concevoir des maquettes web et mobiles responsives.
2. Réaliser des wireframes, prototypes interactifs et design systems.
3. Utiliser les outils d'IA intégrés à Figma pour accélérer la production.

OUTILS D'IA INTÉGRÉS À FIGMA

Outils natifs et plugins IA utilisés en complément de Figma tout au long de la formation :

Figma AI
Natif : génération et édition assistée

Figma First Draft
Génération de maquettes IA (ex-Magician)

Autoname
Plugin IA : nommage auto des calques

Relume AI
Génération de sitemaps et layouts

Google Stitch
Génération de UI complètes (ex-Galileo AI)

Uizard
Conversion croquis → maquette Figma

JOUR 1 DÉCOUVERTE DE FIGMA & FONDAMENTAUX DU DESIGN — 7h

M1 INTRODUCTION À FIGMA ET AU DESIGN WEB — 1h30

Objectif : comprendre le positionnement de Figma dans l'écosystème du design et prendre en main l'interface.

- Qu'est-ce que Figma ? Atouts en environnement collaboratif ; l'IA native (Figma AI)
- Figma vs Sketch : différences clés
- Interface : accueil, menus, panneaux (propriétés, calques, assets), raccourcis
- Plans de travail (Frames) mobile/tablette/desktop ; grilles et repères

M2 LES CONTRAINTES DU DESIGN RESPONSIVE — 1h30

Objectif : identifier les spécificités et contraintes liées aux différents périphériques.

- Contraintes par périphérique : tailles d'écran, densités de pixels, ratios
- Parties statiques et dynamiques ; règles typographiques par périphérique
- Responsive : mobile first vs desktop first, breakpoints
- Grilles du print au web : colonnes, gouttières, marges et guides dans Figma

M3 LES FORMES, TEXTES ET IMAGES — 2h

Objectif : maîtriser les outils de dessin et de composition de base dans Figma.

- Formes : rectangle, ellipse, polygone ; vectoriel (plume) ; créer une icône
- Textes : styles (taille, graisse, interligne) ; fontes web (Google/Adobe Fonts)
- Images : import, masques, optimisation web ; plugin Unsplash
- Génération d'images assistée avec Figma AI
- Couleurs : gestion, dégradés ; générer des palettes avec Figma AI

M4 AUTO LAYOUT ET CONTRAINTES RESPONSIVES — 2h

Objectif : comprendre et appliquer l'Auto Layout pour créer des composants flexibles et responsives.

- Auto Layout : conteneurs flexibles (lignes, colonnes), espacement et padding auto
- Structurer les wireframes avec l'Auto Layout
- Contraintes : Fixed, Fill, Hug ; comportement au redimensionnement
- Nommage et classement des calques (auto avec le plugin Autoname)

JOUR 2 WIREFRAMES, COMPOSANTS & DESIGN SYSTEM — 7h

M5 RÉALISER DES WIREFRAMES — 2h

Objectif : concevoir des wireframes structurés et exploitables pour mobile et desktop.

- Méthodologie : du brief au zoning, puis au wireframe basse fidélité
- Hiérarchisation de l'information et arborescence
- Wireframes dans Figma : Frames, Auto Layout, zones de contenu
- Activité : wireframe mobile et desktop à partir d'un brief
- Génération assistée avec Uizard et Google Stitch (croquis → wireframe)

M6 COMPOSANTS RÉUTILISABLES ET VARIANTES — 2h30

Objectif : créer et gérer un système de composants efficace pour accélérer la production.

- Composant maître et instances ; propager les changements ; bibliothèque
- Variantes des états (hover, actif, désactivé) et propriétés de composants
- Kit UI : boutons, cartes, formulaires ; ressources de la Figma Community
- Plugins : Iconify (icônes), Figma AI (contenu), Autoname (nommage)

M7 MOODBOARD ET DÉFINITION DU STYLE GRAPHIQUE — 1h30

Objectif : définir les orientations visuelles du projet avant la maquette haute fidélité.

- Moodboard : collecter et organiser les références visuelles dans Figma
- Définir le ton, les couleurs dominantes et les typographies
- Pistes visuelles avec Google Stitch et Relume AI
- Styles globaux : créer et appliquer des styles de couleurs et de textes
- Reconnaître les tendances et styles UI actuels

M8 MAQUETTE MOBILE HAUTE FIDÉLITÉ — 1h

Objectif : concevoir la maquette graphique version mobile à partir des wireframes validés.

- Outils de formes vectorielles ; grille fluide mobile
- Design des éléments : header, navigation, cards, footer
- Activité : maquette « aperçu mobile » et 2 écrans d'app (connexion/inscription)

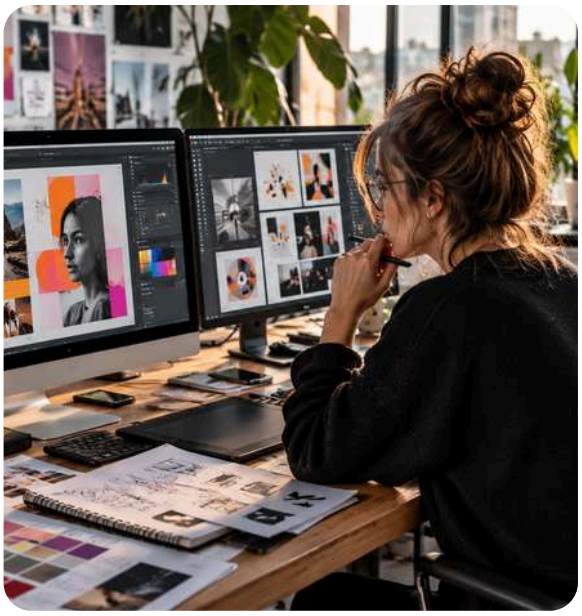
JOUR 3 BLENDED LEARNING - EXERCICES EN AUTONOMIE 7h

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

ACCÈS PLATEFORME - EXERCICES EN AUTONOMIE

- Renforcement Auto Layout, contraintes responsives ; composants et variantes
- Travail libre sur la maquette mobile démarrée en J2
- Figma Community : sélection et adaptation de ressources et kits UI
- Plugins à explorer : Autoname, Unsplash, Iconify + Figma AI
- Production : finaliser la maquette mobile, préparer le desktop (J4)

Livrable attendu : maquette mobile complète, prête à présenter et valider en début de J4.



JOUR 4 MAQUETTE DESKTOP, PROTOTYPAGE & INTERACTIONS 7h

M9 MAQUETTE DESKTOP HAUTE FIDÉLITÉ — 2h

Objectif : concevoir et enrichir la version desktop de la maquette graphique.

- Revue de la maquette mobile (livrable J3) ; adaptation mobile → desktop
- Grilles à 12 colonnes ; redéploiement des composants et layouts
- Activité : maquette « aperçu desktop » (pages, sections, navigation)
- Exportation des assets (SVG, PNG, JPEG) pour les développeurs

M10 PROTOTYPAGE INTERACTIF — 2h30

Objectif : créer un prototype fonctionnel et navigable à partir des maquettes.

- Conception : architecture de l'information, parcours et états de navigation
- Interactions dans Figma : liens entre frames, transitions (durée, easing)
- Overlays, modales, animations d'entrée/sortie ; micro-interactions
- Prévisualiser (mode présentation, test mobile) ; activité : prototype complet

M11 PARTAGE, COLLABORATION ET TESTS — 2h30

Objectif : partager le prototype, recueillir des retours et tester l'utilisabilité.

- Partage : liens publics ou restreints, commentaires, partage web
- Collaboration temps réel : édition simultanée, rôles (viewer, editor)
- Partager les specs techniques (style guide / handoff)
- Tests utilisateurs : tester dans Figma ou sur mobile, recueillir les retours
- Générer des scénarios de test avec Relume AI

mandyben formation

PROGRAMME DE FORMATION

MONTAGE VIDÉO AVEC ADOBE PREMIERE PRO

INITIATION

35 heures (5 jours) | dont 1 jour blended learning



PUBLIC
Infographistes, journalistes, responsables de communication, webdesigners, créateurs de contenu vidéo.

PRÉREQUIS
Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).

DURÉE
35 heures (5 jours) dont 1 jour blended learning en autonomie (jour 3).

FORMALISATION
Attestation de fin de formation.

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

1. Réaliser des montages vidéo numériques professionnels avec Adobe Premiere Pro.
2. Maîtriser le montage, l'étalonnage, le mixage audio, les effets et l'encodage.
3. Utiliser l'IA intégrée à Premiere Pro pour accélérer le workflow.

OUTILS UTILISÉS

Logiciels et outils Adobe mobilisés tout au long de la formation :

Adobe Premiere Pro Montage vidéo	**Adobe Media Encoder** Encodage & export	**Dynamic Link** Lien avec After Effects
Lumetri Color Étalonnage	**IA Premiere Pro** Sous-titres, audio, génératif	**Adobe Audition** Mixage audio

JOUR 1 INTERFACE, GESTION DES MÉDIAS & PREMIÈRE SÉQUENCE 7h

M1 PRINCIPES DE BASE DE LA VIDÉO NUMÉRIQUE 1h30

Objectif : comprendre les fondamentaux techniques de la vidéo numérique pour paramétrer ses projets.

- Signal vidéo : pixel, résolution, cadence (fps), entrelacé vs progressif
- Formats : SD, HD, Full HD, 4K ; conteneurs vs codecs (H.264, ProRes, DNxHD)
- Formats caméra (AVCHD, XDCam, MP4, MOV, MXF) et mobiles (iPhone, GoPro, DSLR)
- Espace colorimétrique (Rec.709, Log, RAW) et ratios (16/9, 9/16, 1:1)

M2 DÉCOUVERTE DE L'INTERFACE PREMIERE PRO 1h30

Objectif : prendre en main l'interface de Premiere Pro et configurer son espace de travail.

- Panneaux principaux : Projet, Source, Programme, Timeline, Outils, Audio
- Personnaliser l'espace de travail ; raccourcis clavier essentiels
- Créer un projet (.prproj) : paramètres de séquence (format, cadence, colorimétrie)
- Préférences : rendu GPU, cache média, scratch disks ; organisation des sources

M3 IMPORTATION ET GESTION DES MÉDIAS 2h

Objectif : importer, organiser et gérer efficacement tous types de médias dans un projet.

- Importer : glisser-déposer, Media Browser (formats caméra natifs), montage natif
- Panneau Projet : bins, colonnes, marqueurs, labels ; dérushage des meilleurs plans
- Proxy media : éditer des fichiers lourds (4K RAW)
- Moniteur Source : points In/Out, insertion en timeline, Match Frame
- Auto-Reframe (IA) : adapter automatiquement 16/9 en 9/16 (réseaux sociaux)
- Media Intelligence (IA) : rechercher dans ses rushes par voix et par image

M4 LA FENÊTRE SÉQUENCE ET PREMIÈRES OPÉRATIONS 2h

Objectif : créer et naviguer dans la timeline, placer des clips et réaliser ses premières opérations.

- Timeline : pistes vidéo/audio (ajouter, verrouiller, masquer) ; navigation et zoom
- Outils : sélection, coupe, glissement, ripée ; insertion vs incrustation
- Montage 2, 3 et 4 points ; déplacer, étirer, scinder les clips
- Synchronisation image/son ; imbrication de séquences (nested)

JOUR 2 TECHNIQUES DE MONTAGE, TRANSITIONS, EFFETS & TITRAGE 7h

M5 TECHNIQUES DE MONTAGE AVANCÉES 2h

Objectif : maîtriser les outils de montage professionnel pour un workflow efficace et précis.

- Fenêtre Raccord : trim (Ripple, Rolling, Slip, Slide) ; Lift/Extract ; Match Frame
- Images clés : position, échelle, rotation, opacité ; interpolation (Bézier)
- Importer et animer des fichiers Photoshop multi-calques
- Remappage temporel (ralentis/accélérés) ; remplacer un métrage (Replace Footage)

M6 TRANSITIONS ET EFFETS VIDÉO 2h

Objectif : appliquer et paramétrer des transitions et des effets vidéo de manière professionnelle.

- Transitions vidéo : dissolvé, fondu, wipe, glissement ; réglages et personnalisation
- Transitions audio : cross-fades, fondu enchaîné
- Panneau Effets : catégories, recherche, réglages dans Options d'effets
- Animer les filtres (images clés), superposer et appliquer à plusieurs éléments

M7 TITRAGE ET GRAPHIQUES 1h30

Objectif : créer des titres professionnels et des graphiques essentiels d'un montage vidéo.

- Règles de titrage et zone admissible (Title Safe Area)
- Graphiques essentiels : titres (modèle ou from scratch), typo, ombres, contours
- Titrage à l'outil plume, générique déroulant, modèles réutilisables
- Sous-titres par IA (Speech to Text) : génération, correction, synchronisation
- Traduction automatique des sous-titres (Translate Captions)

M8 MONTAGE MULTICAMÉRA 1h30

Objectif : réaliser un montage multicaméra professionnel en temps réel.

- Créer une séquence multicam ; synchronisation (timecode, son, marqueur)
- Basculer entre les angles en temps réel ; affiner après la passe en direct
- Cas pratique : clip musical ou interview multi-angles
- Étalonnage multi-caméras : harmoniser les couleurs entre les angles

JOUR 3 BLENDED LEARNING - EXERCICES EN AUTONOMIE 7h

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

ACCÈS PLATEFORME - EXERCICES EN AUTONOMIE

- Montage : séquence courte (2 min), montage 3/4 points sur interview, trim d'une coupe
- Transitions et effets : appliquer 3 transitions, animer un logo Photoshop en images clés
- Titrage : générique déroulant animé ; sous-titres auto générés et corrigés
- Production : améliorer le montage du J2, préparer l'étalonnage et le mixage (J4)

Livrable attendu : séquence montée avec transitions, titrage et sous-titres, prête à être étalonnée et mixée en J4.



JOUR 4 AUDIO, ÉTALONNAGE & EFFETS AVANCÉS 7h

M9 MONTAGE ET MIXAGE AUDIO — 2h

Objectif : maîtriser le mixage audio professionnel et les outils de traitement du son.

- Notions : décibels, fréquences, dynamique ; niveaux (-14 LUFS web, -23 LUFS TV)
- Pistes (mono, stéréo, 5.1) ; gain, normalisation ; split J/L ; cross-fades
- Mixage : automation des niveaux, voix, musique, ambiance
- Filtres audio et iZotope RX ; Merge Clips ; nettoyage spectral avec Audition
- Enhance Speech (IA) : améliorer une voix off enregistrée en milieu bruyant

M10 ÉTALONNAGE ET CORRECTION COLORIMÉTRIQUE AVEC LUMETRI — 2h30

Objectif : maîtriser l'étalonnage vidéo avec les outils Lumetri Color.

- Contrôle de l'image : vectorscope, forme d'onde YC, parade RVB
- Lumetri : correction de base, courbes, TSL par couleur cible
- Balance des blancs, correcteur 3 voies, calques de correction (Adjustment Layers)
- LUT (look cinématographique), raccords lumière, limiteur vidéo (PAD)
- Auto Color (IA) : correction automatique de base puis affinage manuel

M11 EFFETS AVANCÉS ET DYNAMIC LINK — 2h30

Objectif : exploiter les effets avancés de Premiere Pro et le Dynamic Link avec After Effects.

- Cumuls de filtres, précomposition comme calque d'effet, fonds personnalisés
- Caches et masques (outil plume, Bézier) ; couche alpha depuis Photoshop
- Object Masking (IA) : masquer automatiquement un objet ou une personne
- Dynamic Link : envoyer une séquence vers After Effects sans rendu intermédiaire
- Séquences imbriquées ; introduction au montage vidéo 360°

JOUR 5 HABILLAGE CRÉATIF, EXPORTATION & PROJET FINAL 7h

M12 HABILLAGE ET ANIMATIONS CRÉATIVES 2h

Objectif : enrichir son montage avec des effets visuels créatifs et des animations graphiques.

- Split screen ; fonds personnalisés (dégradés, formes, textures)
- Modèles de titrage Creative Cloud ; lower thirds, intros/outros animés
- Diaporama photo animé (transitions et musique) ; éléments Photoshop animés
- Generative Extend (IA) : allonger un clip court par images générées cohérentes
- Generative Media / B-roll (IA) : générer vidéo et sons depuis un prompt dans la timeline

M13 EXPORTATION ET DIFFUSION 2h

Objectif : maîtriser tous les formats d'exportation pour diffuser ses montages sur les bons supports.

- Codecs : MPEG (H.264, H.265/HEVC), ProRes/DNxHD (masters post-production)
- Media Encoder : présets (TV, web, mobile, cinéma), file d'attente, arrière-plan
- Exports par support : YouTube/Vimeo, vertical 9/16 (Insta/TikTok), master salle
- Diffusion PAD (limites luminance/chrominance) ; Project Manager et archivage
- Présets IA de Media Encoder : optimiser l'encodage selon la plateforme
- Content Credentials : tracer l'usage d'IA générative à l'export

M14 PROJET INTÉGRATEUR ET BILAN 3h

Objectif : produire un livrable vidéo complet intégrant l'ensemble des compétences acquises.

- Projet final : reportage court (2-3 min) à partir de rushes fournis
- Coupes, transitions, titrage, musique, son d'ambiance ; étalonnage Lumetri
- Mixage audio équilibré ; sous-titres via Speech to Text (IA)
- Export H.264 (YouTube) et master ProRes
- Présentation au groupe (3 min), évaluation ; ressources (Adobe Learn, After Effects, DaVinci)

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	DURÉE	THÈME	CONTENU	MODE
J1	7h	**Interface & gestion des médias**	Principes vidéo, interface, importation, projet, séquence	Présentiel
J2	7h	**Techniques de montage & transitions**	Montage multi-points, timeline, images clés, transitions, titrage	Présentiel
J3	7h	**Blended Learning**	Accès plateforme - exercices montage en autonomie	**Blended Learning**
J4	7h	**Audio, étalonnage & effets avancés**	Mixage audio, Lumetri Color, effets, Dynamic Link, multicam	Présentiel
J5	7h	**Habillage, sous-titres, export & projet final**	Split screen, animations, sous-titrage IA, encodage, livrable	Présentiel

mandyben formation

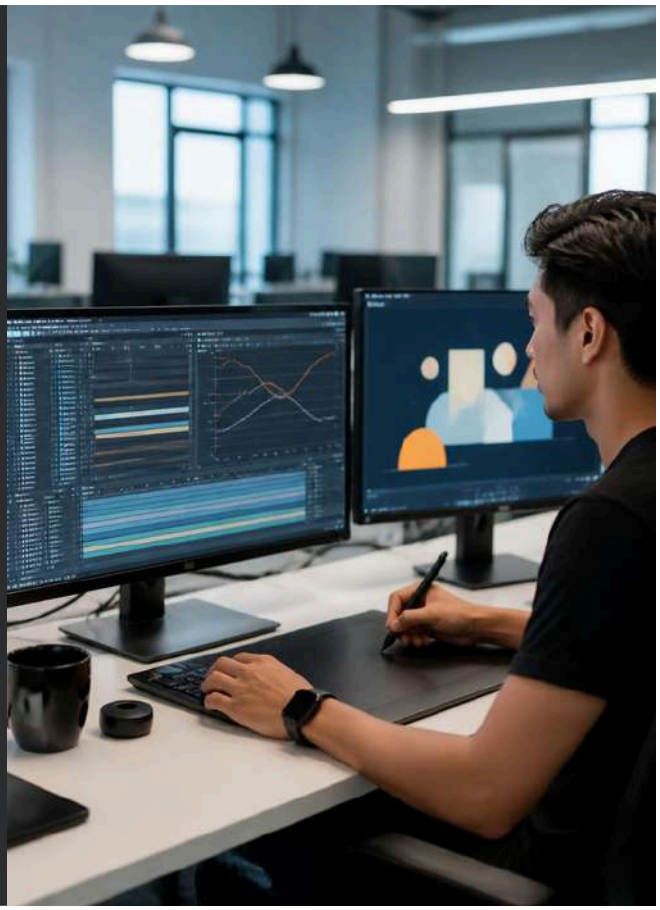
PROGRAMME DE FORMATION

MOTION DESIGN AVEC ADOBE AFTER EFFECTS

INITIATION

35 heures (5 jours)

dont 1 jour blended learning



PUBLIC

Infographistes, journalistes, responsables de communication, webdesigners, créateurs de contenu motion design.

PRÉREQUIS

Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows). Notions de base en montage vidéo recommandées.

DURÉE

35 heures (5 jours)
dont 1 jour blended learning en autonomie (jour 3).

FORMALISATION

Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

1. Maîtriser les bases d'Adobe After Effects et du motion design.
2. Créer des animations 2D et des compositions dynamiques.
3. Utiliser les masques, effets, tracking et rotoscoping.
4. Maîtriser l'exportation et s'initier à la 3D.
5. Exploiter les fonctions IA d'After Effects pour accélérer la production.

OUTILS UTILISÉS

Logiciels et outils Adobe mobilisés tout au long de la formation :

Adobe After Effects
Motion design & VFX

Adobe Media Encoder
Encodage & export

Dynamic Link
Intégration Premiere Pro

Roto Brush 4 / Object Matte
Détourage IA

Generative Fill (Firefly)
Suppression & génération IA

Adobe Firefly AE
Génération IA

JOUR 1 INTERFACE, COMPOSITIONS & ANIMATION 2D — 7h

M1 DÉCOUVERTE DE L'INTERFACE AFTER EFFECTS — 1h30

Objectif : prendre en main l'interface d'After Effects et comprendre la logique de travail par compositions.

- AE vs Premiere Pro : compositing vs montage ; place dans le workflow motion/VFX
- Interface : Projet, Composition, Timeline, Outils, Effets & préréglages
- Espace de travail, raccourcis essentiels (RAM Preview), préférences (GPU, cache)
- Formats et codecs : résolution, cadence, pixels carrés ; H.264, ProRes, GIF, WebM

M2 LES COMPOSITIONS ET LA GESTION DES MÉDIAS — 1h30

Objectif : créer et paramétrer des compositions, importer et organiser tous types de médias.

- Créer une composition : résolution, cadence, durée ; présets web et diffusion
- Importer : PNG, PSD, AI, EPS, PDF, vidéos, séquences, audio ; import SVG natif
- Fichiers Photoshop/Illustrator multi-calques : hiérarchie et calques vectoriels
- Panneau Projet (bins, labels, recherche) ; RAM Preview ; Dynamic Link vers Premiere

M3 KEYFRAMES ET ANIMATION 2D — 2h

Objectif : maîtriser l'animation par images clés et les propriétés de transformation des calques.

- Transformation : position, échelle, rotation, ancrage, opacité (P/S/R/A/T)
- Keyframes : poser, déplacer, copier ; interpolation (linéaire, Easy Ease F9, Hold)
- Courbes de Bézier ; éditeur de graphes (vitesse vs valeur)
- Précompositions : intérêt, bonnes pratiques, animation et durée

M4 LE SON DANS AFTER EFFECTS — 1h

Objectif : importer et synchroniser des éléments audio avec les animations.

- Importer du son (MP3, WAV, AIFF) ; visualiser la forme d'onde
- Synchroniser son et mouvements : keyframes sur les temps forts
- Volume, enveloppe audio, prévisualisation ; export avec piste audio

M5 OPTIONS D'ANIMATION : TRAJECTOIRES ET CALQUES D'EFFET — 1h

Objectif : affiner ses animations avec les options de trajectoire et les calques spéciaux.

- Trajectoires : lisser, convertir en Bézier, orienter un calque (Auto-Orient)
- Wiggle : mouvement organique sans keyframes ; alignement et guides
- Calques d'effet (Adjustment Layers) : appliquer à tous les calques en dessous
- Effets de textes : animateurs et préréglages d'animation

JOUR 2 COMPOSITING 2D, MASQUES, EFFETS & ANIMATION DE TEXTES — 7h

M6 COMPOSITING 2D ET MODES DE TRANSFERT — 1h30

Objectif : maîtriser le compositing 2D avec les modes de fusion et le remappage temporel.

- Modes de transfert : Multiply, Screen, Overlay, Add, Difference ; opacité
- Remappage temporel : ralentis, accélérés, arrêts sur image progressifs
- Timing et principes d'animation : anticipation, écrasement/étirement, follow-through
- Liens de parenté : chaînes cinématiques ; animer un personnage articulé

M7 MASQUES ET COMPOSITING AVANCÉ — 2h

Objectif : créer et animer des masques pour isoler, découper et composer des éléments visuels.

- Masques (rectangle, ellipse, plume) : expansion, plume, opacité, modes
- Animer les masques ; Smart mask interpolation entre deux formes
- Track Matte (Luma vs Alpha) ; couche alpha importée de Photoshop
- Calques de forme : formes vectorielles, répéteur, contour progressif, animation

JOUR 2 (suite) COMPOSITING 2D, MASQUES, EFFETS & ANIMATION DE TEXTES 7h

M8 LES EFFETS ET FILTRES 2h

Objectif : appliquer et paramétrer les principaux effets d'After Effects pour enrichir ses compositions.

- Panneau Effets & Préréglages ; flou, distorsion, color grading rapide
- Glow, Drop Shadow, Bevel Alpha ; Fractal Noise (textures et fonds animés)
- Filtres temporels : Echo (traînées), Posterize Time ; transitions (wipe, gradient)
- Animer, superposer les effets ; enregistrer des préréglages personnalisés
- Content-Aware Fill (IA) : supprimer automatiquement un élément d'une séquence

M9 ANIMATION DE TEXTES 1h30

Objectif : créer des animations typographiques professionnelles avec les animateurs de texte.

- Texte ponctuel vs paragraphe ; typographie (police, taille, chasse, interlignage)
- Animateurs de texte : animer lettre par lettre (position, opacité, rotation)
- Sélecteurs (Wiggly, Expression, Range) ; préréglages d'animation Adobe
- Génériques et titrages : lower thirds, intros, sous-titres stylisés
- Essential Graphics : modèles Motion Graphics (MOGRT) exportables vers Premiere

JOUR 3 BLENDED LEARNING - EXERCICES EN AUTONOMIE 7h

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

ACCÈS PLATEFORME - EXERCICES EN AUTONOMIE

- Animation 2D : animer un logotype, trajectoire courbée (Easy Ease, Bézier), graphes
- Masques et calques de forme : découper une personne, créer une animation graphique
- Textes : générique animé avec les animateurs ; personnaliser un préréglage Adobe
- Production : améliorer l'animation du J2, préparer tracking et effets avancés (J4)

Livrable attendu : composition animée avec keyframes, masques et textes, prête à être enrichie en J4.

JOUR 4 EFFETS AVANCÉS, TRACKING, ROTOSCOPING & INTRODUCTION 3D 7h

M10 EFFETS AVANCÉS ET CAMÉRA VIRTUELLE 2h

Objectif : utiliser les effets avancés et la caméra virtuelle pour créer des compositions cinématographiques.

- Caméra virtuelle : focale, profondeur de champ ; animer (dolly, panoramique, zoom)
- Vues multiples (4 panneaux)
- Stabilisation (Warp Stabilizer) ; morphings (masques, Paint, Reshape)
- Rendus stylisés : cartoon, peinture numérique, look Animate

M11 TRACKING ET ROTOSCOPING 2h

Objectif : suivre automatiquement des éléments en mouvement et découper des sujets avec le rotoscoping.

- Tracking : point, 4 points (surface plane), Camera Tracker (match moving 3D)
- Attacher un texte ou graphisme à un point tracké
- Rotoscoping manuel : dessiner et animer les masques (rotobéziers)
- Roto Brush 4 (IA) : détourage automatique d'un sujet en mouvement
- Object Matte (IA) : sélection et suivi automatiques d'un sujet en un clic
- Generative Fill (IA, Firefly) : supprimer un élément et reconstruire le fond

M12 INITIATION AUX EXPRESSIONS 1h30

Objectif : comprendre et utiliser les expressions pour automatiser et enrichir ses animations sans keyframes.

- Qu'est-ce qu'une expression ? JavaScript simplifié ; ajouter/activer une expression
- Expressions essentielles : wiggle(), time, loopOut(), value + [...]
- Lier des propriétés entre calques (pick whip)
- Cas pratique : créer un compteur animé avec une expression
- Assistant IA (bêta) : générer effets et expressions en langage naturel

M13 INTRODUCTION À LA 3D DANS AFTER EFFECTS 1h30

Objectif : activer et utiliser les calques 3D pour composer des scènes en profondeur.

- Activer la 3D : propriétés X/Y/Z, rotation, orientation ; caméra 3D (profondeur de champ)
- Lumières : Ambient, Directional, Point, Spot ; ombres portées
- Composer une scène 3D : placer les calques, animer la caméra, parallaxe
- Moteur de rendu 3D intégré (Advanced 3D / Cinema 4D Lite)

JOUR 5 ANIMATIONS AVANCÉES, DYNAMIC LINK, ENCODAGE & PROJET FINAL 7h

M14 ANIMATIONS AVANCÉES ET CALQUES DE SÉQUENCES — 2h

Objectif : maîtriser les techniques d'animation avancées pour produire des motion designs professionnels.

- Calques de séquences : enchaîner avec chevauchement ; in/out (révélations animées)
- Éditeur de graphes : courbes de vitesse ; Overshoot, anticipation, rebond
- Calques de forme : Trim Paths (dessin progressif), répéteur avec variation
- Morphings : transition entre deux formes (masques), Paint et Reshape ; logo reveal
- Generative Fill (IA, Firefly) : générer transitions et fonds reconstruits

M15 DYNAMIC LINK ET INTÉGRATION PREMIERE PRO — 1h

Objectif : exploiter le Dynamic Link pour une collaboration fluide entre After Effects et Premiere Pro.

- Dynamic Link : pas de rendu intermédiaire ; importer une compo AE dans Premiere
- Modifier la compo AE et voir les changements en temps réel dans Premiere
- Créer une compo AE depuis la timeline Premiere ; utiliser les MOGRT
- Workflow complet : montage Premiere + animations AE + livraison

M16 ENCODAGE ET FILE D'ATTENTE DE RENDU — 1h

Objectif : maîtriser les options d'exportation d'After Effects pour tous les supports de diffusion.

- Render Queue : ajouter des compos, paramètres (qualité, résolution, plage), module de sortie
- Media Encoder : présets (H.264, ProRes, GIF, WebM, mobile), encodage prémontage
- Export web (YouTube, Instagram, TikTok) et TV/film ; export pour Animate (PNG/SWF)
- Présets IA de Media Encoder : optimiser l'encodage selon la plateforme

M17 PROJET INTÉGRATEUR ET BILAN — 3h

Objectif : produire une composition motion design complète intégrant l'ensemble des compétences acquises.

- Projet final : bumper (5-10 s) pour une marque fictive
- Logo animé, textes, calques de forme, fond animé ; 1 effet avancé minimum
- Musique synchronisée ; liens de parenté et au moins une expression
- Export H.264 (web) et ProRes (archive) ; présentation au groupe (3 min)
- Synthèse, ressources (Adobe Learn, School of Motion) ; suites : Premiere avancé, C4D

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	DURÉE	THÈME	CONTENU	MODE
J1	7h	**Interface, composition & animation 2D**	Interface AE, compositions, keyframes, éditeur de graphes, son	Présentiel
J2	7h	**Compositing, masques, effets & textes**	Masques, modes de transfert, effets, animation de textes, formes	Présentiel
J3	7h	**Blended Learning**	Accès plateforme - exercices animation en autonomie	**Blended Learning**
J4	7h	**Effets avancés, tracking, rotoscoping & 3D**	Caméra, tracking, Roto Brush 4 / Object Matte IA, expressions, 3D	Présentiel
J5	7h	**Animations avancées, Dynamic Link & export**	Calques de séquences, morphings, Dynamic Link, rendu, projet final	Présentiel

PROGRAMME DE FORMATION

SOUND DESIGN ET ADOBE AUDITION

21 heures (3 jours) | **Présentiel ou distanciel**



PUBLIC

Graphistes motion designers, monteurs audiovisuels, designers audiovisuels, passionnés de cinéma souhaitant faire de la réalisation.

PRÉREQUIS

Aucun.

FORMALISATION

Attestation de fin de formation.

DURÉE

21 heures (3 jours) - présentiel ou distanciel.

OBJECTIFS

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

1. Acquérir les notions essentielles d'intégration et de retouche du son dans un montage audiovisuel.
2. Nettoyer, restaurer et mixer le son avec Adobe Audition.
3. Réaliser des prises de son et concevoir un habillage sonore.

OUTILS & MÉTHODES UTILISÉS

Outils et méthodes de traitement du son mobilisés tout au long de la formation :

Adobe Audition Restauration & mixage	**Adobe Premiere Pro** Montage vidéo	**Enhance Speech (IA)** Restauration audio par IA	**Sonagramme / FFT** Analyse du son
Multipiste Montage audio	**Mastering** Finalisation	**Micros / prise de son** Captation	

JOUR 1 PHYSIQUE DU SON & RESTAURATION AUDIO — 7h

M1 INITIATION À LA PHYSIQUE DU SON — 3h00

Objectif : comprendre les bases physiques du son et de l'acoustique.

- Qu'est-ce qu'un son ? Fréquences, amplitudes, enveloppes
- Sons harmoniques et inharmoniques ; notion de timbre
- Acoustique et électro-acoustique ; histoire du sound design
- Représentation du son : FFT, sonagramme, waveform

M2 ADOBE AUDITION : NETTOYAGE & RESTAURATION — 4h00

Objectif : nettoyer et restaurer un son avec Adobe Audition et l'IA.

- Capture de l'identité sonore
- Dehummers et denoisers ; filtrage graphique sur le sonagramme
- Declipper ; loudness et normalisation ; compresseurs
- Restauration par IA (Enhance Speech) : suppression du bruit et de l'écho
- Séparation des sources (IA) : isoler voix, bruit de fond et musique

JOUR 2 MONTAGE, MASTERING & WORKFLOW — 7h

M3 ADOBE AUDITION : MONTAGE MULTIPISTE — 3h00

Objectif : monter et mixer le son en multipiste dans Audition.

- Importation ; fréquence d'échantillonnage
- Montage audio et transitions
- Effets d'insert ; pistes bus et automations

M4 ADOBE AUDITION : MASTERING — 2h00

Objectif : masteriser et exporter un mix aux formats professionnels.

- Mise en conformité ; limiteur et dynamiques
- Export en divers formats

M5 DIRECT LINK ENTRE PREMIERE PRO ET AUDITION — 2h00

Objectif : maîtriser le workflow entre Adobe Premiere Pro et Audition.

- « Modifier dans Audition » : envoyer une séquence/clip depuis Premiere
- Nettoyage et mixage dans Audition puis retour vers Premiere
- Enhance Speech (IA) dans le panneau Audio essentiel de Premiere
- Bonnes pratiques d'échange de projets entre les deux logiciels



JOUR 3 PRISE DE SON & SOUND DESIGN — 7h

M6 PRISE DE SON — 3h30

Objectif : réaliser des prises de son de qualité en studio et en extérieur.

- Différents types de micros
- Interviews en intérieur/extérieur : capter, nettoyer, monter
- Prises de son en studio ; initiation au doublage et au commentaire sur film
- Initiation à la réalisation et à l'écriture de podcast

M7 SOUND DESIGN — 3h30

Objectif : concevoir un habillage et un environnement sonores.

- Paysages sonores, objets sonores et psycho-acoustique
- Habillage vs environnement sonore ; définir un « lore » sonore
- Types de synthèse sonore
- Exercice : re-sonoriser un film (sélection et création sonore)

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	DURÉE	MODULE	CONTENU CLÉ
J1	3h00	**M1 - Physique du son**	Fréquences, timbre, acoustique, FFT/sonagramme
J1	4h00	**M2 - Audition : nettoyage & restauration**	Denoisers, declipper, loudness, restauration IA
J2	3h00	**M3 - Audition : montage multipiste**	Import, montage, transitions, bus & automations
J2	2h00	**M4 - Audition : mastering**	Mise en conformité, limiteur, export
J2	2h00	**M5 - Direct link Premiere ↔ Audition**	Workflow, aller-retour, Enhance Speech IA
J3	3h30	**M6 - Prise de son**	Micros, interviews, studio, doublage, podcast
J3	3h30	**M7 - Sound design**	Paysages sonores, habillage, synthèse, re-sonorisation

CATALOGUE
FORMATION

Communication Digitale IA

CRÉER • STRATÉGIE • AUTOMATISER • PERFORMER

25 jours
175 h



- RÉSEAUX SOCIAUX
- COPYWRITING & GEO-SEO
- DESIGN & VISUELS
- AUTOMATISATION
- ANALYSE & DATA

CRÉE.
COMMUNIQUE.
AUTOMATISE.
PERFORME.

mandyben formation

PARCOURS CERTIFIANT · MODULE BC2

Communication Digitale IA

12 formations courtes et opérationnelles pour intégrer l'intelligence artificielle et les outils du digital dans votre métier.

168 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

12 FORMATIONS · 3 DOMAINES

1 · Marketing digital & Communication — 4 modules · 42h

Gestion de projet digital	7h	Les bases du Web-marketing	7h
Brand Content	7h	Les réseaux sociaux	21h

2 · Intelligence Artificielle & Communication — 4 modules · 77h

Initiation à l'IA & ChatGPT	7h	Créer des contenus avec l'IA générative	28h
Créer des vidéos avec l'IA	28h	Claude par Anthropic - avancé	14h

3 · Web & Vibe coding — 4 modules · 56h

Les nouvelles technologies	7h	Créer du code avec l'IA - n8n & automatisation	7h
Créer son site WordPress avec l'IA	28h	SEO · SEA · SEM - référencement & Ads	14h

BLOC BC02

Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication - Titre Professionnel **Concepteur Designer UI**, RNCP42140BC02 - Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

PLACES LIMITÉES - INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

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

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



TITRE PROFESSIONNEL

MANDYBEN FORMATION

CONCEPTEUR DESIGNER USER INTERFACE

TITRE PROFESSIONNEL – RNCP42140 – NIVEAU 6

CERTIFICATION	CERTIFICATEUR	ORGANISME
TP Concepteur designer User Interface	Ministère chargé de l'Emploi	Mandyben Formation – Marseille

NIVEAU	PARCOURS CERTIFIANTS	ÉCHÉANCE RNCP
6	À compter du 13 juillet 2026	12 juillet 2027

PRÉSENTATION

Formation professionnalisante permettant de concevoir des interfaces et supports de communication numériques, de contribuer à une stratégie de communication digitale et de réaliser, améliorer et animer des sites web.

OBJECTIFS

- Concevoir des visuels, interfaces, prototypes, animations et supports de communication.
- Contribuer à la gestion d'un projet de communication numérique et mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- Réaliser et optimiser des sites web en intégrant UX, accessibilité, performance et bonnes pratiques du web.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Public : personnes souhaitant se professionnaliser ou se reconvertir dans l'UX/UI, le webdesign, la communication digitale, la création graphique ou le web.

Prérequis : aucun prérequis réglementaire spécifique. Une maîtrise courante de l'informatique et du web est recommandée. Un positionnement préalable vérifie l'adéquation du parcours au projet du candidat.

COMPÉTENCES ET BLOCS DE CERTIFICATION

CCP 1

RNCP42140BC01

- Réaliser des illustrations, graphismes et visuels.
- Concevoir des interfaces graphiques et des prototypes.
- Réaliser des animations et des supports de communication.

CCP 2

RNCP42140BC02

- Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique.
- Mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives.

CCP 3

RNCP42140BC03

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

PROGRAMME SYNTHÉTIQUE

1 **Design graphique :**
brief, composition, typographie, couleurs, identité visuelle, création et traitement de visuels.

2 **UX/UI & prototypage :**
ergonomie, parcours utilisateur, wireframes, maquettes responsives, prototypes, tests et accessibilité.

3 **Animation :**
narration visuelle, création, optimisation et export d'animations et médias.

4 **Communication & webmarketing :**
cibles, canaux, stratégie digitale, SEO, contenus, statistiques et veille.

5 **Web & CMS :**
intégration de pages, personnalisation de CMS, compatibilité, performance et optimisation continue.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ET MOYENS

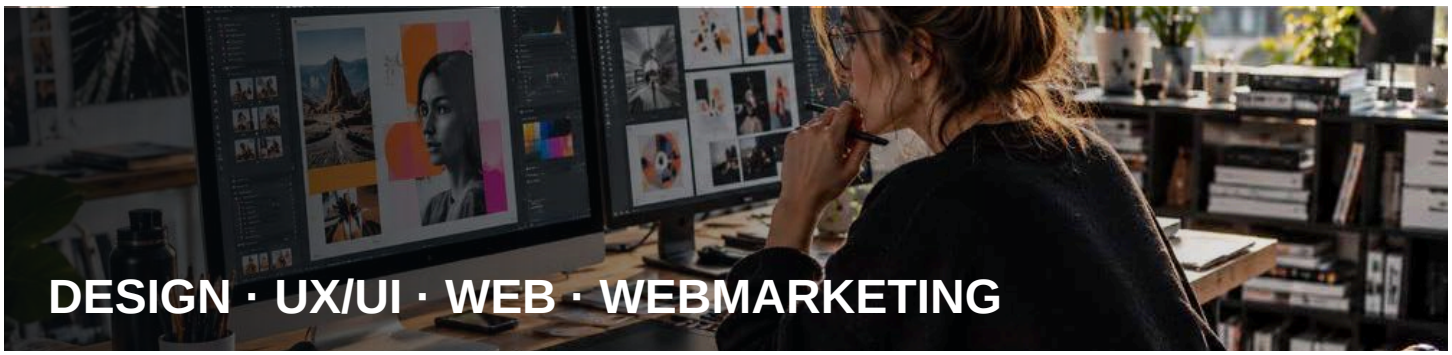
Pédagogie active : démonstrations, exercices, études de cas, mises en situation et projets. Postes informatiques et outils professionnels adaptés aux modules, ressources numériques et accompagnement individualisé.

ÉVALUATION ET CERTIFICATION

Les acquis sont évalués tout au long du parcours par des travaux pratiques, productions, projets, mises en situation et évaluations en cours de formation (ECF). La certification est évaluée par un jury selon les modalités du titre professionnel : mise en situation professionnelle ou présentation d'un projet, complétée selon les cas par un entretien, un questionnaire ou un questionnement à partir de productions. **Le titre peut être obtenu dans sa totalité ou par capitalisation des trois CCP.**

DÉBOUCHÉS

- UI designer
- web designer
- UX designer
- chargé de communication digitale
- web marketeur/référenceur
- intégrateur multimédia
- infographiste/animateur 2D-3D
- assistant chef de projet multimédia
- concepteur multimédia



ACCESSIBILITÉ

Mandyben Formation étudie les besoins des personnes en situation de handicap afin de mettre en place, lorsque cela est possible, les adaptations pédagogiques, organisationnelles et techniques nécessaires.

INFORMATIONS RÉGLEMENTAIRES

RNCP42140 – Niveau 6 – Certificateur : Ministère chargé de l'Emploi. Fiche publiée le 27 avril 2026. Arrêté du 21 avril 2026 relatif au titre professionnel Concepteur Designer User Interface, publié au Journal officiel le 23 avril 2026.



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

GESTION DE PROJET DIGITAL

7 HEURES (1 JOUR) |

PUBLIC	Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour).
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

- Prendre en main les outils numériques de gestion de projet web.
- Piloter un projet digital en méthodes agiles avec les outils IA.
- Maîtriser Trello et les outils collaboratifs augmentés par l'IA.

OUTILS NUMÉRIQUES & IA UTILISÉS

Outils de gestion de projet et d'IA collaborative utilisés en pratique tout au long de la journée :

Trello + IA Pilotage de projet	**Notion AI** Documentation	**ChatGPT / Claude** Rédaction & analyse	**Monday.com** Gestion d'équipe	**Slack** Communication	**Miro** Brainstorming visuel

MODULE 1 — RÔLE ET MISSIONS DU CHEF DE PROJET DIGITAL — 1h

Piloter un projet web : responsabilités et organisation

Objectif : comprendre le rôle du chef de projet et les phases clés d'un projet digital.

- Rôle du chef de projet ; interface client, équipes techniques et créatives
- L'A.M.O. (Assistance à Maîtrise d'Ouvrage) : définition et enjeux
- Phases de production web : conception, graphisme, intégration, dev, recette
- Métiers du web, validation et rétroplanning assisté par l'IA (Claude, ChatGPT)
- Le cahier des charges client : lecture et interprétation

MODULE 2 — ENVIRONNEMENT TECHNIQUE DU WEB — 1h30

Les essentiels techniques pour piloter sans développer

Objectif : acquérir les notions techniques pour dialoguer avec les équipes et choisir les bons outils.

- Les basiques : navigateurs, OS, résolutions, protocoles HTTP/HTTPS et FTP
- Nom de domaine, hébergement et gamme serveur (mutualisé, dédié, cloud)
- Sites statiques vs dynamiques (frontend / backend)
- Les langages web : HTML/CSS, JavaScript, PHP/MySQL, et frameworks front/back
- Les CMS principaux : WordPress, Prestashop (usages et critères de choix)
- Responsive design et mobile first

MODULE 3 — MÉTHODES AGILES & TRELLO — 1h30

Piloter en agile avec Trello et l'IA

Objectif : appliquer les méthodes agiles et maîtriser Trello augmenté par l'IA.

- Méthodes agiles : Agile vs cycle en V, quand choisir quoi ?
- Scrum (sprints, backlog, rôles) et Kanban (flux continu, priorités)
- Trello : tableaux, listes, cartes, tâches, délais et étiquettes
- Power-Ups essentiels : calendrier, checklist, intégrations
- Butler (IA Trello) : automatiser les tâches récurrentes
- Modéliser un projet web complet dans Trello ; aperçu de Monday.com

MODULE 4 — OUTILS COLLABORATIFS & IA — 1h30

Travailler en équipe avec les outils IA

Objectif : maîtriser les outils de collaboration augmentés par l'IA pour gagner en efficacité.

- Notion AI : espace de projet, comptes-rendus et résumés assistés par IA
- Slack : canaux, intégrations Trello/Notion, bots et automatisations
- Miro : brainstorming visuel, mind mapping, rétrospectives agiles
- ChatGPT / Claude : cahier des charges, briefs, comptes-rendus, analyse de devis

MODULE 5 — CAS PRATIQUE & BILAN — 1h30

Simulation de pilotage d'un projet digital complet

Objectif : *appliquer l'ensemble des compétences sur un cas concret de projet web.*

01 Brief projet : site e-commerce fictif, équipe et répartition des rôles

02 Rétroplanning assisté par IA et tableau Trello du projet

03 Fiche de tâche et compte-rendu avec Notion AI

04 Présentation au groupe, retours du formateur et évaluation en continu

05 Synthèse : bonnes pratiques, points clés et ressources (templates, veille PM)

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU CLÉ	OUTILS IA
1h	**M1 — Rôle du chef de projet**	Missions, phases, métiers du web, rétroplanning	Claude, ChatGPT
1h30	**M2 — Environnement technique**	Infra web, CMS, langages, responsive	ChatGPT
1h30	**M3 — Méthodes agiles & Trello**	Agile, Scrum, Kanban, Trello + IA Butler	Trello AI, Monday.com
1h30	**M4 — Outils collaboratifs IA**	Notion AI, Slack, Miro, documentation	Notion AI, Slack, Miro
1h30	**M5 — Cas pratique & bilan**	Simulation projet, rétroplanning, présentation	Trello, Notion AI, Claude



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

INITIATION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE (IAG)

7 HEURES (1 JOUR) |

PUBLIC	Tout public souhaitant découvrir et utiliser l'IA générative dans un cadre professionnel ou personnel.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

- Expliquer avec leurs propres mots les concepts de base de l'IA générative.
- Utiliser ChatGPT pour des applications professionnelles et éducatives.
- Classer les autres outils d'IAG selon leur périmètre d'action.
- Appliquer des principes éthiques dans l'utilisation de l'IA.

OUTILS EXPLORÉS

Outils d'IA générative présentés et utilisés durant la journée :

ChatGPT	Claude	Gemini / Copilot	Perplexity	NotebookLM	Suno
IA conversationnelle	Assistant Anthropic	IA Google & Microsoft	IA de sourcing	Podcast & contenu vocal	IA musicale

JOURNÉE — INITIATION À L'IA GÉNÉRATIVE & CHATGPT — 7h

MODULE 1 — INTRODUCTION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE — 1h

Objectif : comprendre les concepts fondamentaux de l'IA générative et savoir les expliquer simplement.

- Définition : IA vs IA générative (IAG) et leurs différences
- Historique : des débuts de l'IA aux LLM (Turing, machine/deep learning, ChatGPT)
- Les types d'IA : IA faible vs forte, machine learning et deep learning
- Comment un modèle génératif « apprend » et produit du contenu
- Applications par secteur et panorama : texte, image, audio, vidéo, code

MODULE 2 — DÉCOUVERTE DE CHATGPT — 4h

Objectif : maîtriser l'utilisation de ChatGPT et la rédaction de prompts efficaces pour des usages professionnels variés.

- Présentation de ChatGPT : fonctionnement, chatbot vs moteur de recherche
- Créer un compte, découvrir l'interface et les différentes versions
- Structure d'un prompt efficace : rôle, contexte, tâche, format, contraintes
- Affiner ses résultats : itérer, reformuler, donner des exemples
- Modèles (templates) et bibliothèque de prompts réutilisables
- Cas d'usage : éducation, entreprise (email, réunion, données), créativité
- Démonstration : chacun teste ChatGPT sur ses cas ; comparaison avec Claude

MODULE 3 — LES AUTRES OUTILS D'IAG — 45 min

Objectif : classer les principaux outils d'IA générative selon leur périmètre d'action et savoir lequel choisir.

- IA de sourcing : Perplexity, ChatGPT Search vs IA générative
- IA de podcast et vocal : NotebookLM, synthèse vocale et transcription
- IA créatives : image (Midjourney, GPT Image, Firefly), musique (Suno, Udio), vidéo
- Mise en pratique collective : création d'un hymne de session avec Suno

MODULE 4 — ÉTHIQUE ET PERSPECTIVES DE L'IAG — 45 min

Objectif : adopter une posture critique et responsable dans l'utilisation de l'IA générative.

- Enjeux éthiques : biais, vie privée et données personnelles
- Transparence, explicabilité et hallucinations de l'IA
- Régulation : l'AI Act européen (grandes lignes) et RGPD en entreprise
- Bonnes pratiques : vérifier les sources, protéger les données, citer l'IA
- Le futur : agents autonomes, multimodalité, IA locale, impact sur les métiers

MODULE 5 — SYNTHÈSE ET ÉVALUATION FINALE — 30 min

Objectif : *consolider les acquis de la journée et valider les compétences.*

01 Révision : concepts IAG, prompts efficaces, panorama des outils, éthique

02 Questions-réponses et feedback des participants

03 Test final (ChatGPT) et questionnaire de satisfaction

04 Ressources et prochaines étapes : IA image, automatisation (n8n), Claude avancé

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 — Introduction à l'IA générative**	Définition, historique, types d'IA, applications	
4h	**M2 — Découverte de ChatGPT**	Fonctionnement, prompts, modèles, cas d'usage, pratique	ChatGPT, Claude
45min	**M3 — Les autres outils d'IAG**	Sourcing, vocal, créatif — création d'un hymne	Perplexity, NotebookLM, Suno
45min	**M4 — Éthique et perspectives**	Biais, vie privée, régulation, futur de l'IAG	
30min	**M5 — Synthèse et évaluation finale**	Révision, feedback, test final, questionnaire	



PROGRAMME DE FORMATION

ACQUÉRIR LES BASES DU WEB-MARKETING

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Gestionnaires de site, référenceurs, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketeurs, entrepreneurs.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

- Acquérir une expertise sur les nouveaux usages du web en marketing et communication.
- Comprendre les leviers du webmarketing : SEO, SEA, réseaux sociaux, e-commerce.
- Mesurer l'efficacité de son site avec Google Analytics.

OUTILS UTILISÉS

Outils webmarketing et IA présentés et utilisés durant la journée :

Google Analytics 4 Mesure d'audience	**Google Search Console** Suivi SEO	**Google Ads** Liens sponsorisés	**Claude / ChatGPT** Stratégie & contenu	**Metricool** Réseaux sociaux	**Google Business** Présence locale

JOURNÉE — LES BASES DU WEB-MARKETING — 7h

MODULE 1 — INTERNET EN ENTREPRISE & COMPRENDRE LE WEBMARKETING — 1h

Objectif : comprendre les enjeux du web pour l'entreprise et les fondamentaux du webmarketing.

- Pourquoi intégrer Internet : évolution des internautes et de leurs usages
- Essor du e-commerce et parcours d'achat : du consommateur au consom'acteur
- Nouvelles tendances : m-commerce et social commerce
- Comprendre le webmarketing : définition, stratégie et panorama des outils
- Le site Internet, pivot de la stratégie, et les tendances Web Design

MODULE 2 — STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO) — 1h30

Objectif : comprendre les fondamentaux du SEO et améliorer sa visibilité sur Google.

- Fonctionnement du référencement : indexation, crawl, algorithme
- Référencement multicanal : Google, YouTube, stores, IA
- Recherche générative : AI Overviews, AI Mode et GEO (être cité par l'IA)
- Fondamentaux : longue traîne et critères clés (contenu, technique, popularité)
- Présence locale : Google Business Profile et avis clients / SEO local
- Les outils : Google Search Console, Google Trends, outils de mots-clés

MODULE 3 — STRATÉGIE DE LIENS SPONSORISÉS (SEA) 1h

Objectif : découvrir le référencement payé et créer une première campagne Google Ads.

- Concept : différence entre SEO (naturel) et SEA (payé)
- Pourquoi Google Ads : visibilité immédiate, ciblage précis, maîtrise du budget
- Créer sa campagne : structure, budget, zone géographique et mots-clés
- Créer sa première annonce : titres, descriptions et extensions

MODULE 4 — STRATÉGIE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX 1h

Objectif : comprendre l'écosystème des réseaux sociaux et bâtir une stratégie efficace.

- Chiffres clés en France et typologies d'internautes
- Panorama : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X (positionnement, audiences)
- Stratégie efficace : choisir les bons réseaux selon sa cible et son activité
- Ligne éditoriale, calendrier de publication, engagement et outils (Metricool)

MODULE 5 — STRATÉGIE E-COMMERCE & RELATION CLIENT 1h

Objectif : comprendre les leviers de performance d'un site e-commerce et la fidélisation client.

- Animation commerciale : promotions, ventes flash, cross-selling et up-selling
- Relation client : service client, chat, FAQ, gestion des avis
- Logistique : stocks, livraison, retours et impact sur la satisfaction
- Fidélisation : fidélité, emailing, newsletters (rétention vs acquisition)
- Le parcours client e-commerce : du premier contact à la fidélisation

MODULE 6 — MESURER L'EFFICACITÉ DE SON SITE & E-RÉPUTATION 1h

Objectif : mettre en place le suivi d'audience avec Google Analytics 4 et gérer sa réputation en ligne.

- Définir ses indicateurs clés (KPI) selon ses objectifs
- Mettre en place Google Analytics 4 : compte, code de suivi, notions de base
- Rapports standards : temps réel et audience (démographie, appareils)
- Sources de trafic et pages qui performent le mieux
- Veille et e-réputation : surveiller sa marque et gérer les avis négatifs

MODULE 7 — SYNTHÈSE, PLAN D'ACTION & BILAN 30 min

Objectif : *consolider les acquis et construire un premier plan d'action webmarketing personnalisé.*

01 Synthèse des leviers : SEO, SEA, réseaux sociaux, e-commerce, analytics

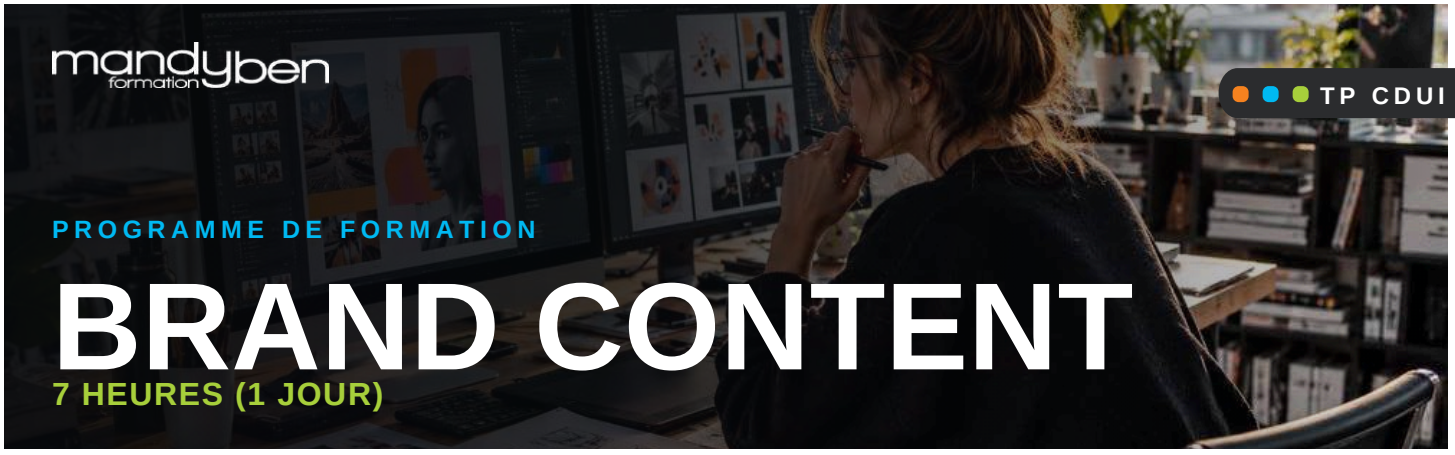
02 Plan d'action : prioriser selon objectifs et ressources (avec Claude)

03 Évaluation finale et feedback des participants

04 Ressources : formations SEO, réseaux sociaux, Google Ads avancé

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 — Internet & comprendre le webmarketing**	E-commerce, consom'acteur, m-commerce, social commerce, définition	Claude
1h30	**M2 — Référencement naturel (SEO)**	Fonctionnement Google, longue traîne, critères, présence locale	Search Console, Claude
1h	**M3 — Liens sponsorisés (SEA)**	Concept, Google Ads, créer campagne et annonce	Google Ads
1h	**M4 — Réseaux sociaux**	Typologies, panorama, stratégie efficace	Metricool
1h	**M5 — E-commerce & relation client**	Animation, relation client, logistique, fidélisation	
1h	**M6 — Mesure & e-réputation**	Google Analytics 4, rapports, veille, e-réputation	Google Analytics 4
30min	**M7 — Synthèse & bilan**	Plan d'action webmarketing, évaluation, ressources	Claude



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

BRAND CONTENT

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Chargés de communication, marketing managers, community managers, entrepreneurs, toute personne souhaitant développer ses compétences en content marketing.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
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 :

- Maîtriser les principes fondamentaux du content marketing.
- Développer une stratégie de contenu cohérente et efficace pour une marque.
- Créer des contenus engageants et de qualité pour différents canaux.
- Optimiser les contenus pour le référencement naturel.

OUTILS UTILISÉS

Outils de content marketing et IA présentés et utilisés durant la journée :

Claude / ChatGPT Stratégie & rédaction	**Perplexity** Recherche d'audience	**Midjourney / Firefly** Visuels & moodboard	**Canva** Création cross-canal	**NotebookLM** Veille & synthèse	**Outils SEO** Mots-clés & SEO

JOURNÉE — BRAND CONTENT & CONTENT MARKETING — 7h

MODULE 1 — INTRODUCTION AU CONTENT MARKETING — 1h

Objectif : comprendre ce qu'est le content marketing, ses enjeux et ses bénéfices pour une marque.

- Du marketing traditionnel au marketing de contenu : enjeux et rôle central
- Types de contenus : articles, vidéos, infographies, podcasts, posts sociaux
- Contenus owned, earned et paid
- Avantages : visibilité, référencement, autorité, leads et fidélisation

MODULE 2 — DÉFINIR SA STRATÉGIE DE CONTENU — 45 min

Objectif : poser les bases d'une stratégie de contenu alignée sur les objectifs et l'audience.

- Objectifs marketing : notoriété, acquisition, engagement, conversion
- Objectifs SMART et KPI de contenu
- Audience cible : personas, besoins, freins et parcours d'achat
- Positionnement : proposition de valeur, message clé et différenciation

MODULE 3 — CRÉER DES CONTENUS ENGAGEANTS 1h

Objectif : maîtriser les formats, la rédaction et le storytelling pour capter l'attention.

- Choisir le bon format (texte, image, vidéo) selon le canal et l'objectif
- Bonnes pratiques : titres accrocheurs, structure, lisibilité, CTA
- Mindmap : organiser ses idées et structurer ses contenus
- Storytelling : schéma narratif de marque, émotion et identification
- Importance du visuel : cohérence, hiérarchie de l'information, impact

MODULE 4 — ATELIER PRATIQUE : CRÉATION D'UN MOODBOARD 1h

Objectif : définir l'univers visuel d'une marque et produire un moodboard cohérent.

- Identité visuelle : valeurs, personnalité et univers de la marque
- Couleurs, typographies et images : psychologie et associations
- Créer un moodboard cohérent : sélection et organisation des références
- Présentation et justification des choix

MODULE 5 — L'IDENTITÉ DE MARQUE 45 min

Objectif : comprendre les composantes de l'identité de marque et en construire une forte et cohérente.

- Enjeux : reconnaissance, confiance et préférence de marque
- Éléments : logo, palette, typographies, ton de voix, graphiques
- Construire une identité forte et la décliner sur tous les supports
- Garantir la cohérence on et offline

MODULE 6 — RÉDACTION DE CONTENU POUR LE RÉFÉRENCEMENT 1h

Objectif : comprendre les principes du SEO et optimiser ses contenus pour les moteurs de recherche.

- Principes du SEO : fonctionnement des moteurs, indexation, classement
- Recherche générative : AI Overviews, AI Mode et GEO (être cité par l'IA)
- Optimiser ses contenus : contenu, balises, structure et maillage interne
- Mots-clés et intention de recherche : champ sémantique et longue traîne
- Publications cross-canal : adapter le message à chaque plateforme

MODULE 7 — ATELIER PRATIQUE : RÉDACTION D'UN ARTICLE OPTIMISÉ SEO 1h30

Objectif : *appliquer les acquis sur un article complet et ses déclinaisons cross-canal.*

01 Dégager un axe créatif : angle et message différenciant

02 Rédaction SEO : structurer l'article (titres Hn, paragraphes, mots-clés)

03 Optimiser titre, méta-description et balises title/meta engageantes

04 Décliner en cross-canal : post réseaux sociaux, newsletter, visuel

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 — Introduction au content marketing**	Définition, types de contenus, avantages	Claude
45min	**M2 — Définir sa stratégie de contenu**	Objectifs, personas, positionnement	Claude, Perplexity
1h	**M3 — Créer des contenus engageants**	Formats, rédaction, mindmap, storytelling, visuel	Claude
1h	**M4 — Atelier moodboard**	Identité visuelle, couleurs, typographies, images	Midjourney, Canva
45min	**M5 — L'identité de marque**	Logo, charte graphique, ton de voix, cohérence	
1h	**M6 — Rédaction de contenu pour le SEO**	SEO, mots-clés, intention, cross-canal	Outils SEO, Claude
1h30	**M7 — Atelier article optimisé SEO**	Axe créatif, rédaction SEO, méta, déclinaison	Claude, Canva



mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
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 :

- S'approprier les outils collaboratifs pour travailler et échanger.
- Rechercher l'information auprès de sources pertinentes et fiables.
- Connaître les grandes familles de technologies et fonctionnalités du web actuel.

OUTILS UTILISÉS

Outils collaboratifs et IA présentés et utilisés durant la journée :

Slack Communication d'équipe	**Google Drive** Partage de fichiers	**Git / GitHub** Contrôle de version	**Figma** Design collaboratif	**Claude / Perplexity** Recherche & veille	**Feedly** Agrégation & veille

JOURNÉE — LES NOUVELLES TECHNOLOGIES — 7h

MODULE 1 — S'APPROPRIER LES OUTILS COLLABORATIFS POUR TRAVAILLER ET ÉCHANGER — 2h30

Objectif : maîtriser les outils collaboratifs de communication, de partage et de travail en équipe.

- Communication : courriel, messagerie instantanée et asynchrone (Slack)
- Partage de fichiers : cloud et espaces partagés en ligne (Google Drive)
- Outils collaboratifs : planification de projet et design
- Contrôle de version : prise en main de Git et GitHub de la formation

MODULE 2 — SAVOIR RECHERCHER DE L'INFORMATION AUPRÈS DE SOURCES PERTINENTES — 1h30

Objectif : identifier des sources fiables et organiser une veille technologique et créative efficace.

- Sites de référence technique (FR/EN) et recherche assistée par IA
- Trouver vite une réponse et obtenir l'aide d'autres utilisateurs
- Communautés de développeurs et de designers : rejoindre et s'impliquer
- Veille organisée : extensions de navigateur, agrégateurs et flux (Feedly)

MODULE 3 — CONNAÎTRE LES TYPES DE FONCTIONNALITÉS DE SITES OU D'APPLICATIONS 3h

Objectif : découvrir les grandes familles de technologies web et les tendances actuelles.

01 Les langages du web : front-end et back-end

02 Générer des pages : CMS et générateurs de sites statiques

03 Frameworks et bibliothèques : principe, frameworks CSS/JS pour web apps

04 Frameworks spécifiques : animation, graphiques, data

05 Le web moderne : temps réel, hors-ligne (PWA), animation, 3D, VR/AR

06 Les objets connectés (IoT) et les assistants vocaux

07 **Technologies émergentes :** IA générative, LLM et deep learning

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
2h30	**M1 — Outils collaboratifs**	Communication, partage de fichiers, collaboration, Git	Slack, Drive, GitHub
1h30	**M2 — Recherche & veille**	Sources fiables, communautés, veille techno & créative	Claude, Feedly
3h	**M3 — Fonctionnalités sites & applications**	Langages web, CMS, frameworks, web moderne, IoT, IA générative	



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉATION DE CONTENUS RÉDACTIONNELS ET VISUELS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

28 HEURES (4 JOURS)

PUBLIC

Salariés et demandeurs d'emploi du tertiaire produisant des contenus rédactionnels ou visuels. Métiers de l'assistanat, du secrétariat, du marketing, de la communication, des RH et du juridique.

PRÉREQUIS & DURÉE

Une première expérience professionnelle et une familiarité avec l'utilisation d'Internet sont préférables.

28 heures (4 jours) dont 1 jour en e-learning (blended learning).

OBJECTIFS

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

- Définir une stratégie d'implémentation de l'IA générative et un plan d'intégration.
- Créer des contenus rédactionnels et visuels adaptés, confidentiels et accessibles.
- Produire des contenus conformes à l'IA Act et au RGPD.

OUTILS UTILISÉS

Outils d'IA générative présentés et utilisés tout au long de la formation :

ChatGPT Rédactionnel & GPT Store	**Google Gemini** Rédactionnel	**Microsoft Copilot** Visuel & bureautique
Adobe Firefly Visuel	**Aiko** Transcription audio	**IA Act / RGPD** Conformité

Formalisation — Attestation de fin de formation.

MODULE 1 — MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE D'IMPLÉMENTATION DE L'IA GÉNÉRATIVE SUR LE POSTE DE TRAVAIL

Jour 1 — 7 h

I/ ANALYSE DU CONTEXTE ET IDENTIFICATION DES BESOINS

- Fonctionnement et principaux outils : ChatGPT, Gemini, Firefly, Copilot
- Exemples d'utilisation sur le poste de travail
- Méthodologie d'analyse des tâches et repérage des optimisations
- Exemples concrets en situation professionnelle

II/ CONFIGURATION DES OUTILS D'IA GÉNÉRATIVE

- Création des comptes et interfaces : ChatGPT, Gemini, Firefly, Copilot

III/ ÉLABORATION D'UN PLAN D'ACTIONS POUR L'IMPLÉMENTATION

- Plan d'actions : tâches, outils associés, budget, délais, collaborateurs, tests

MODULE 2 — LA CRÉATION DE CONTENUS RÉDACTIONNELS ET VISUELS : EFFICACITÉ, CONFIDENTIALITÉ, ACCESSIBILITÉ

Jours 2 & 3 — 14 h

I/ LES TECHNIQUES DE PROMPT ENGINEERING

- Définition, importance et méthodologie du Prompt Engineering
- Exemples de prompts bien structurés

II/ CRÉER DES CONTENUS RÉDACTIONNELS ET VISUELS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

- Contenu rédactionnel : ChatGPT vs Gemini, et le GPT Store
- Contenu visuel : Microsoft Copilot vs Adobe Firefly
- Transcription audio et comptes-rendus : ChatGPT (natif) ou Aiko

III/ GARANTIR LA CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES PROFESSIONNELLES

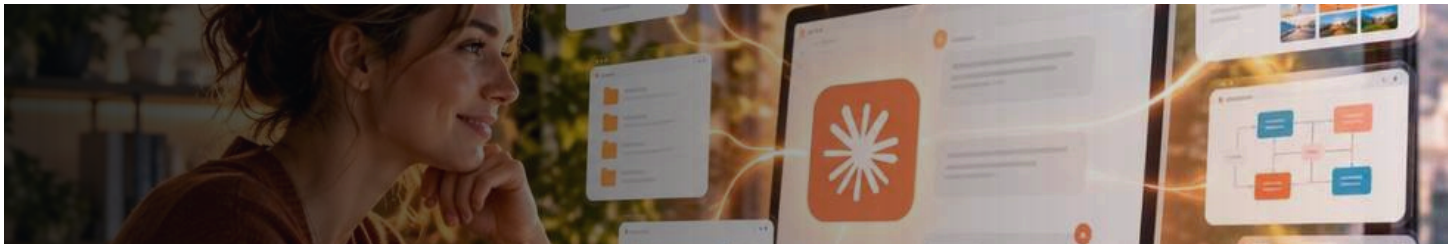
- Données sensibles : données internes et externes à l'entreprise
- Anonymisation des données et restriction d'accès
- Revue manuelle et politique interne de sécurité numérique

IV/ LA CRÉATION DE CONTENUS INCLUSIFS & ACCESSIBLES

- Loi de 2005 sur le handicap ; types de handicaps et besoins spécifiques
- Descriptions alternatives des visuels et hiérarchisation des contenus
- Audio-transcription des contenus rédactionnels
- Transcription écrite, sous-titrage et langage simple et direct
- Simplification et structuration claire des contenus
- Méthodologie FALC (Facile À Lire et à Comprendre)

V/ LES TECHNIQUES D'OPTIMISATION DES CONTENUS

- Enjeux et stratégies d'amélioration des contenus
- Exemples : contrainte, contexte, style, format, accessibilité



MODULE 3 — LA CONFORMITÉ ÉTHIQUE ET RÉGLEMENTAIRE DES CONTENUS GÉNÉRÉS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

Jour 4 — e-learning — 7 h

I/ LE CADRE RÉGLEMENTAIRE EUROPÉEN : L'IA ACT

- Enjeux de l'IA Act et directives : risques, biais, transparence, droits
- Transparence, explicabilité et identification des biais
- Analyse des risques et révision régulière des processus

II/ LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES : LE RGPD

- Enjeux du RGPD et directives : transparence, minimisation, consentement
- Consentement, traitement et sécurisation des données personnelles
- Anonymisation, pseudonymisation et contrôle continu des procédures

III/ LA MISE EN PLACE D'UNE VEILLE RÉGLEMENTAIRE

Veille réglementaire : enjeux, méthodologie et bonnes pratiques

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	MODULE	CONTENU CLÉ	MODALITÉ
Jour 1 (7h)	**M1 — Stratégie d'implémentation**	Analyse des besoins, configuration des outils, plan d'actions	Présentiel / distanciel
Jours 2-3 (14h)	**M2 — Création de contenus**	Prompt engineering, création rédactionnelle & visuelle, confidentialité, accessibilité, optimisation	Présentiel / distanciel
Jour 4 (7h)	**M3 — Conformité éthique & réglementaire**	IA Act, RGPD, veille réglementaire	E-learning

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES & LOGISTIQUES

Lieu — 146 rue Paradis, 13006 Marseille et/ou en distanciel

Effectif — 3 minimum — 10 maximum

Moyens — 1 poste par stagiaire — 1 vidéoprojecteur — Plateforme e-learning

Pédagogie — Alternance de présentations, d'échanges en groupe avec l'intervenant et de réflexion personnelle

Évaluation — Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

Contact — contact@mandyben.com — www.mandyben-formation.com



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉER UN FILM AVEC L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

28 HEURES (4 JOURS) DONT 1 JOUR EN BLENDED LEARNING

PUBLIC	Tout public.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique.
DURÉE	28 heures (4 jours) dont 1 jour (Jour 3) en blended learning.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

- Concevoir et réaliser un film complet avec l'IA, de l'idée à l'export professionnel.
- Maîtriser un workflow créatif IA structuré : images, animation, montage et son.
- Produire en autonomie des vidéos pour les réseaux sociaux, la communication ou l'artistique.

OUTILS UTILISÉS

Outils d'IA générative et de montage présentés et utilisés tout au long de la formation :

Nano Banana Pro Images fixes	**MidJourney / Freepik** Images & assets	**Kling AI / Seedance** Animation IA	**Veo 3.1** Vidéo générative	**Suno / ElevenLabs** Musique & voix-off	**Premiere Pro / CapCut** Montage

JOUR 1 — INTRODUCTION & EXPLORATION DES OUTILS IA

PRÉSENTIEL · 7H

MODULE 1 — 1h

Découverte de l'IA générative créative

Objectif : *comprendre le potentiel créatif de l'IA générative à travers un panorama d'exemples.*

- Panorama créatif de l'IA générative
- Exemples de réalisations inspirantes

MODULE 2 — 2h

Les bases du prompt visuel

Objectif : *maîtriser la structure d'un prompt pour générer images et vidéos.*

- Personnage, contexte, format et cadrage
- Mouvements de caméra et styles visuels

MODULE 3 — 2h

Atelier images fixes : Nano Banana Pro & MidJourney

Objectif : *créer des images fixes de qualité avec les générateurs d'images.*

- Prise en main de Nano Banana Pro et MidJourney
- Création et itération d'images fixes

MODULE 4 — 2h

Introduction aux outils vidéo : Freepik, Kling AI, Seedance, Veo 3.1

Objectif : *découvrir les principaux moteurs de génération vidéo par IA.*

- Panorama des moteurs de génération vidéo
- Premiers essais sur Freepik, Kling AI, Seedance et Veo 3.1

JOUR 2 — DE L'IDÉE À LA SÉQUENCE ANIMÉE

PRÉSENTIEL · 7H

MODULE 5 — 2h

Écriture du scénario avec ChatGPT

Objectif : *développer un scénario structuré à l'aide de l'IA.*

- Développement d'un scénario avec ChatGPT
- Structure narrative et découpage en plans

MODULE 6 — 2h30

Génération des visuels clés

Objectif : *produire les visuels clés du film et les optimiser.*

- Génération des visuels clés dans Nano Banana Pro
- Optimisation sur Freepik

MODULE 7 — 2h30

Animation des images fixes

Objectif : *donner vie aux images fixes par l'animation IA.*

- Animation des images fixes avec Kling AI
- Recours aux autres moteurs IA de Freepik



DU WORKFLOW AU FILM

IMAGES, ANIMATION, MONTAGE ET SON

JOUR 3 — PRODUCTION AUTONOME DES SÉQUENCES

BLENDED LEARNING · 7H

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

MODULE 8 — 3h30

Production autonome des plans

Objectif : *produire en autonomie l'ensemble des plans de son film.*

- Application du workflow : prompts personnage, contexte, caméra, style
- Génération des visuels de l'ensemble des séquences

MODULE 9 — 3h30

Animation & sélection des séquences

Objectif : *animer les plans et sélectionner les meilleures prises.*

- Animation des plans avec Kling AI / moteurs Freepik
- Itérations, choix des meilleures séquences et préparation des rushes

JOUR 4 — MONTAGE & FINALISATION

PRÉSENTIEL · 7H

MODULE 10 — 2h30

Montage

Objectif : *monter le film sur un logiciel professionnel.*

- Montage sur Adobe Premiere Pro ou CapCut
- Organisation, découpage, transitions

MODULE 11 — 2h30

Habillage visuel & sonore

Objectif : *habiller le film en image et en son.*

- Titres et habillage visuel
- Musique et sound design (Suno), voix-off IA (ElevenLabs)

MODULE 12 — 2h

Export & diffusion

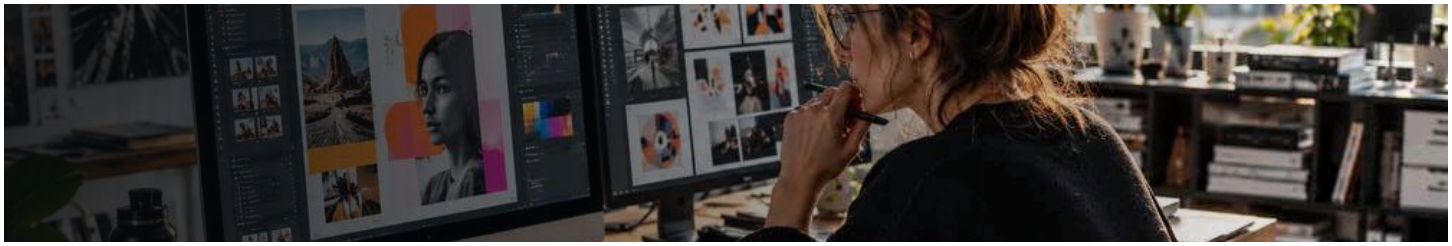
Objectif : *exporter le film aux formats professionnels.*

- Export HD et formats adaptés aux réseaux sociaux
- Diffusion du film

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	DURÉE	MODULE	CONTENU CLÉ
J1	1h	**M1 — Découverte de l'IA générative**	Panorama créatif, exemples inspirants
J1	2h	**M2 — Les bases du prompt visuel**	Personnage, contexte, format, caméra, styles
J1	2h	**M3 — Atelier images fixes**	Nano Banana Pro & MidJourney, itérations
J1	2h	**M4 — Outils vidéo**	Freepik, Kling AI, Seedance, Veo 3.1
J2	2h	**M5 — Scénario avec ChatGPT**	Scénario, structure narrative, découpage
J2	2h30	**M6 — Génération des visuels clés**	Nano Banana Pro, optimisation Freepik
J2	2h30	**M7 — Animation des images fixes**	Kling AI, moteurs IA Freepik
J3	3h30	**M8 — Production autonome des plans**	Workflow, génération des séquences (blended)
J3	3h30	**M9 — Animation & sélection**	Animation, itérations, rushes (blended)
J4	2h30	**M10 — Montage**	Premiere Pro / CapCut, découpage, transitions
J4	2h30	**M11 — Habillage visuel & sonore**	Titres, musique (Suno), voix-off (ElevenLabs)
J4	2h	**M12 — Export & diffusion**	Export HD, réseaux sociaux, diffusion

Jour 3 : journée en blended learning (e-learning encadré).





PUBLIC	Responsables communication, community managers, entrepreneurs, webmasters, chefs de projet, infographistes.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique. Compte(s) sur les réseaux sociaux recommandé(s).
DURÉE	21 heures : 14h en présentiel (2 jours) + 7h en blended learning (jour 3).
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

- Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans une stratégie de communication.
- Maîtriser Instagram, Facebook et LinkedIn.
- Créer et piloter une stratégie éditoriale assistée par l'IA.
- Mesurer et optimiser ses performances.

OUTILS IA INTÉGRÉS AU PARCOURS

Utilisés en pratique tout au long de la formation pour accélérer la production de contenu et le pilotage des réseaux :

ChatGPT / Claude	Canva IA	Buffer / Metricool	Hootsuite IA	MidJourney / Firefly
Copywriting & stratégie	Création de visuels	Planification IA	Gestion multicanal	Création visuelle IA

JOUR 1 — STRATÉGIE, INSTAGRAM & FACEBOOK — 7h

MODULE 1 — 1h30

Marketing & réseaux sociaux : fondamentaux

Objectif : *comprendre les enjeux des réseaux sociaux dans une stratégie de communication digitale.*

- Marketing, web marketing et inbound marketing : notions clés
- Consommateur-média, programmes ambassadeurs et UGC
- Tendances actuelles et IA générative au service des réseaux
- Métiers (Social Media / Community Manager) et panorama des réseaux en France

MODULE 2 — 1h30

Stratégie éditoriale & outils de planification

Objectif : *construire une stratégie éditoriale cohérente et l'outiller avec l'IA.*

- Objectifs SMART et ligne éditoriale : contenu, tonalité, positionnement
- Trouver des sujets et générer des idées avec ChatGPT / Claude
- Calendrier éditorial avec Metricool ou Buffer, suggestions IA (Hootsuite)
- Écrire pour l'engagement : d'AIDA au CTA, légendes assistées par IA
- Introduction à la publicité sponsorisée : formats et objectifs

MODULE 3 — 2h

Instagram : maîtriser le réseau de l'image

Objectif : *créer et optimiser une présence pro sur Instagram et produire du contenu engageant.*

- Univers Instagram : profil, stories, reels, highlights et audiences
- Créer et optimiser un profil pro : bio, lien, catégorie, boutons
- Compte professionnel et accès aux insights
- Formats : posts, carrousels, stories, reels - bonnes pratiques
- Créer des visuels : Canva IA, Adobe Firefly, MidJourney
- Algorithme Instagram (classement par IA) : hashtags, horaires, engagement
- Promotion (jeux concours, UGC) et publicité : formats et ciblage

MODULE 4 — 2h

Facebook : communauté et visibilité

Objectif : *administrer une page Facebook pro et exploiter ses leviers de visibilité organique et payée.*

- Univers Facebook : page, groupe, événement, stories, reels
- Créer et optimiser une page pro : paramétrage, CTA, visuels de marque
- Lien avec Instagram via Meta Business Suite
- Animer sa communauté (posts, lives, sondages) et programmer (Buffer/Metricool)
- Gérer commentaires et messages (Hootsuite IA) ; leviers de croissance
- Publicité : Meta Ads Manager, formats, ciblage, Meta Pixel + CAPI, retargeting

JOUR 2 — LINKEDIN, AUTRES RÉSEAUX, IA & OPTIMISATION — 7h

MODULE 5 — 2h

LinkedIn : réseau professionnel et social selling

Objectif : *développer sa présence pro sur LinkedIn et générer des opportunités.*

- Univers LinkedIn : profil, page entreprise, groupes, articles et algorithme
- Optimiser son profil (photo, titre, résumé) avec l'aide de l'IA
- Créer et animer une page entreprise : publications, articles, showcase
- Social selling : trouver des prospects et engager la conversation
- LinkedIn Sales Navigator : présentation et usages
- Publicité LinkedIn : formats, ciblage B2B et coûts

MODULE 6 — 1h30

TikTok & autres réseaux : synthèse

Objectif : *avoir une vision claire des autres réseaux et identifier ceux pertinents pour sa marque.*

- TikTok : profil pro, algorithme, bonnes pratiques et vidéos à fort potentiel
- Planification et analytics TikTok
- X (ex-Twitter) : veille, communauté, leviers et publicité
- Pinterest (trafic, SEO visuel) et Threads (lien Instagram)
- Quels réseaux pour ma marque ? Matrice de décision



MODULE 7 — 1h30

Outils IA pour les réseaux sociaux

Objectif : *intégrer les outils d'IA dans son workflow de production et de gestion des réseaux.*

- ChatGPT / Claude : copywriting, légendes, hashtags, bio et calendrier
- Canva IA : templates, Magic Design, Text to Image, Brand Kit
- Adapter les formats par réseau automatiquement
- MidJourney / Firefly : visuels de marque originaux et prompts efficaces
- Buffer / Metricool : planification IA et performances ; Hootsuite (monitoring)
- Atelier : créer un post complet (visuel + texte + planification) avec l'IA

MODULE 8 — 2h

Mesurer, optimiser & social selling

Objectif : *analyser les performances de ses réseaux et optimiser sa stratégie en continu.*

- Algorithmes (Instagram, LinkedIn) : comment en tirer parti
- Indicateurs clés (KPI) : engagement, portée, ROI et ROAS
- Veille et benchmarking concurrentiel avec Metricool
- Social selling : trouver des prospects et convertir sur Instagram et LinkedIn
- Cas pratique : ligne éditoriale, calendrier et post optimisé
- Retours du formateur et synthèse de la journée

JOUR 3 — BLENDED LEARNING — EXERCICES EN AUTONOMIE — 7h

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

ACCÈS PLATEFORME - EXERCICES EN AUTONOMIE

- Stratégie éditoriale : calendrier sur 1 mois et 10 idées de posts (IA)
- Contenu Instagram : 3 visuels (Canva IA), légendes/hashtags/CTA, planification
- Contenu LinkedIn : article ou post pro, et profil optimisé avec l'IA
- Analyse : statistiques des comptes et 3 axes d'amélioration documentés
- Exploration IA : visuels (MidJourney/Firefly) et tableau de bord Hootsuite IA

Livrable attendu : calendrier éditorial d'un mois + 3 visuels produits + analyse KPI du compte principal.

PLANNING SYNTHÉTIQUE

JOUR		MODULE	CONTENU	MODE
J1	1h30	**M1 — Marketing & RS**	Notions marketing, tendances, métiers	Présentiel
J1	1h30	**M2 — Stratégie éditoriale**	Objectifs, ligne éditoriale, calendrier, CTA	Présentiel
J1	2h	**M3 — Instagram**	Profil pro, contenu, algorithme, publicité	Présentiel
J1	2h	**M4 — Facebook**	Page pro, communauté, ads, leviers marque	Présentiel
J2	2h	**M5 — LinkedIn**	Profil, page entreprise, prospection, ads	Présentiel
J2	1h30	**M6 — TikTok & autres RS**	TikTok, X, Pinterest, Threads (synthèse)	Présentiel
J2	1h30	**M7 — Outils IA**	Canva IA, ChatGPT, Buffer, Metricool	Présentiel
J2	2h	**M8 — KPI & optimisation**	Mesure, algorithmes, social selling, cas pratique	Présentiel
J3	7h	**Blended Learning**	Accès plateforme - exercices en autonomie	Blended Learning



mandyben formation

PROGRAMME DE FORMATION

TP CDUI BC2

VIBE CODING

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Toute personne amenée à créer un projet web avec l'IA sans coder : communication, marketing, entrepreneurs, webmasters, chefs de projet. Module préalable aux journées de création de site WordPress.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows). Aucune compétence en programmation requise.
DURÉE	7 heures (1 jour) — présentiel ou distanciel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation (évaluation sommative individuelle des acquis).

OBJECTIFS

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

- Situer le vibe coding face au no-code et au développement traditionnel.
- Rédiger un cahier des charges exploitable par une IA.
- Piloter Claude Code à partir d'une spécification écrite.
- Faire communiquer Claude Cowork et Claude Code.
- Versionner et suivre le projet sur GitHub.
- Contrôler et faire évoluer un livrable généré par IA.

OUTILS DU WORKFLOW

Workflow outillé de bout en bout — aucun outil payant au-delà des comptes du parcours :

Claude Cowork
Cadrage & cahier des charges

Claude Code
Développement du prototype

GitHub
Versionnement & suivi

Pédagogie par projet : un cas fil rouge mené de bout en bout, 65 % du temps en atelier, en binômes à niveaux mixtes, avec contrôle continu à chaque étape.

MATIN · CADRAGE & DÉVELOPPEMENT — 9h00 – 12h30

MODULE 1 — 1h

Du no-code au vibe coding

- Ce que le no-code fait bien — et ce qu'il ne fait pas
- Définition : générer et faire évoluer du code sans l'écrire
- Panorama : Claude Cowork, Claude Code, GitHub
- Le cloisonnement des deux environnements Claude
- Cas fil rouge et constitution des binômes

MODULE 2 — 1h45

Cahier des charges avec Claude Cowork

- Besoin, périmètre, fonctionnalités, critères d'acceptation
- Fonctionnel (le quoi) vs technique (le comment)
- Entretien de cadrage : interrogation, reformulation, arbitrages
- Format lisible par une IA : Markdown structuré
- Atelier et contrôle qualité croisé entre binômes

MODULE 3

Faire développer par Claude Code — 1h30

- Récupération de la spécification et initialisation
- Premier cycle de génération du prototype
- Lecture critique : conformité, points non traités
- Itérer efficacement : décrire un écart, pas une solution
- Faire diagnostiquer et corriger les erreurs par l'IA

APRÈS-MIDI · BOUCLE, VERSIONNEMENT & BILAN — 13h30 – 17h00

MODULE 4 — 1h

Communication Cowork ↔ Claude Code

- Deux environnements hermétiques, un seul projet
- Mémoire de projet partagée : fichier de suivi, journal
- Côté Code : compte rendu d'avancement automatique
- Côté Cowork : lecture, mise à jour, transmission
- Boucle complète : cadrage → dev → CR → ajustement

MODULE 5 — 1h

GitHub : versionnement & suivi

- Dépôt, commit, historique, branche — concrètement
- Connexion de Claude Code au dépôt et authentification
- Faire réaliser les commits par Claude Code
- Suivi : issues, jalons, état du projet
- Revenir en arrière : restaurer une version

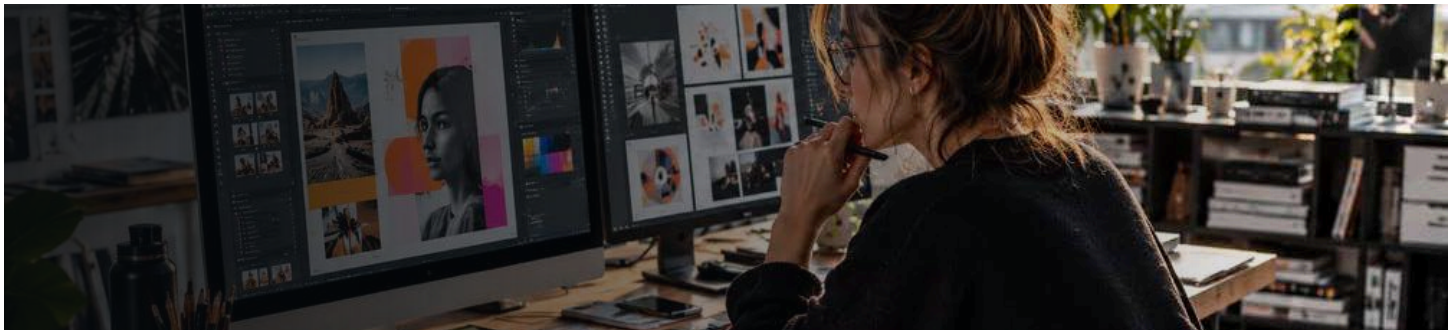
MODULE 6 — 45 min

Finalisation, évaluation & bilan

- Présentation des prototypes par les binômes
- Évaluation sommative individuelle des acquis
- Articulation avec les journées WordPress
- Ressources pour poursuivre en autonomie
- Évaluation à chaud de la satisfaction

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

		MODULE	CONTENU CLÉ
Matin	1h	**M1 — Du no-code au vibe coding**	Définition, panorama outils, cas fil rouge
Matin	1h45	**M2 — Cahier des charges (Cowork)**	Cadrage, Markdown structuré, contrôle croisé
Matin	1h30	**M3 — Développement (Claude Code)**	Génération, lecture critique, itérations
Après-midi	1h	**M4 — Communication Cowork ↔ Code**	Mémoire projet, boucle complète
Après-midi	1h	**M5 — GitHub**	Dépôt, commits, suivi, restauration
Après-midi	45 min	**M6 — Finalisation & bilan**	Présentation, évaluation, ressources





mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉER SON SITE WORDPRESS AVEC L'IA — INFOMANIAK & DIVI 5

21 HEURES (3 JOURS)

PUBLIC	Débutants complets souhaitant créer leur site vitrine : entrepreneurs, indépendants, responsables communication, porteurs de projet.
PRÉREQUIS	Aucune connaissance technique requise. Bonne pratique de l'environnement informatique (OS X ou Windows). Disposer d'une idée de site à créer.
DURÉE	21 heures (3 jours) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

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

- Acquérir un nom de domaine et un hébergement web chez Infomaniak.
- Installer et configurer WordPress et le thème Divi 5.
- Concevoir le zoning et le prototype de son site avec l'IA (Claude, ChatGPT).
- Créer et publier un site vitrine professionnel avec Divi 5, Divi AI et le vibe coding, sans savoir coder.

OUTILS UTILISÉS

Outils et IA présentés et utilisés en pratique tout au long de la formation :

Infomaniak	Divi AI	WordPress	Divi 5	ChatGPT / Claude	Canva IA
Domaine, hébergement & emails (Manager)	IA intégrée à Divi (abonnement Divi Pro)	CMS du site	Constructeur visuel & Theme Builder	Vibe coding : prototypes, zoning, JSON, CSS, JS, contenus	Visuels & images

JOUR 1 — DOMAINE, HÉBERGEMENT INFOMANIAK, WORDPRESS & PROTOTYPAGE — 7h

MODULE 1 — 1h

Le web pour les débutants : comprendre avant de créer

Objectif : *acquérir le vocabulaire et les notions essentielles pour suivre la formation sereinement.*

- Site web : vitrine, blog, e-commerce ; fonctionnement d'internet (serveur, DNS, URL)
- Qu'est-ce qu'un CMS ? Pourquoi WordPress ; WordPress.com vs WordPress.org
- L'écosystème de la formation : Infomaniak + WordPress + Divi 5 + IA
- Introduction au vibe coding : décrire en langage naturel, l'IA (Claude, ChatGPT) génère

MODULE 2 — 1h

Choisir et acheter son nom de domaine chez Infomaniak

Objectif : *comprendre ce qu'est un nom de domaine, savoir le choisir, l'acheter et le configurer.*

- Nom de domaine : extensions (.fr, .com, .net…) et règles d'un bon choix
- Trouver des idées de noms avec l'IA et vérifier leur disponibilité sur Infomaniak
- Acheter son domaine depuis le Manager Infomaniak (processus pas à pas)
- Zone DNS, redirections et protection des données du titulaire (Whois)

MODULE 3 — 1h30

L'hébergement web Infomaniak : choisir et configurer

Objectif : *comprendre les offres d'hébergement, souscrire la bonne formule et prendre en main le Manager Infomaniak.*

- L'hébergement web : mutualisé, cloud, serveur dédié — différences et usages
- Offres Infomaniak : choisir l'hébergement adapté à un site vitrine
- Prise en main du Manager Infomaniak : sites, bases de données, FTP, adresses email
- Lier le domaine à l'hébergement et activer le certificat SSL gratuit (HTTPS)
- Hébergement en Suisse : atouts (données, RGPD, écologie) et ressources du support Infomaniak

MODULE 4 — 1h30

Installer WordPress et Divi 5

Objectif : *installer WordPress depuis le Manager Infomaniak, maîtriser l'administration et activer Divi 5.*

- Installation de WordPress depuis le Manager Infomaniak (langue, identifiants admin)
- Découverte de l'interface : tableau de bord, menus, pages vs articles, médias, extensions
- Premiers réglages : titre, slogan, permaliens (URLs lisibles), nettoyage du contenu par défaut
- Installer et activer Divi 5 (compte Elegant Themes, clé API, mises à jour)

MODULE 5 — 2h

Du brief au prototype : zoning et maquette avec l'IA

Objectif : *structurer son site (arborescence, zoning) et valider un prototype avant de construire dans Divi.*

- Rédiger un mini-brief avec l'IA : cible, objectifs, messages clés, parcours utilisateur
- Arborescence du site vitrine : les pages indispensables
- Zoning des pages clés : hiérarchie de l'information, blocs, appels à l'action (UX)
- Vibe coding de prototype : générer une maquette HTML/CSS avec Claude (Artifacts) ou ChatGPT (Canvas)
- Itérer par prompt et valider le prototype : couleurs, typographies, ambiance (UI)

JOUR 2 — CRÉATION DU SITE AVEC DIVI 5, DIVI AI & VIBE CODING — 7h

MODULE 6 — 1h30

Découverte de Divi 5 et de Divi AI

Objectif : *comprendre la logique du Visual Builder de Divi 5 et créer ses premières mises en page.*

- Le Visual Builder de Divi 5 : sections, lignes, colonnes et modules
- Les modules clés : texte, image, bouton, vidéo, formulaire de contact
- Nouveautés Divi 5 : mise en page Flexbox, variables de design, préréglages (presets)
- Divi AI (abonnement Divi Pro) : générer une mise en page, un texte ou une image depuis un prompt
- Sans Divi Pro : bibliothèque de mises en page Divi et vibe coding avec Claude / ChatGPT

MODULE 7 — 2h

Création des pages essentielles du site

Objectif : *réaliser les pages indispensables d'un site vitrine à partir du zoning validé.*

- Traduire le zoning en sections Divi 5
- Page d'accueil : héro, services, témoignages, CTA (Divi AI ou Claude / ChatGPT)
- Page « À propos » : présentation, valeurs, équipe (rédaction assistée par IA)
- Pages « Services » et « Contact » : formulaire Divi, carte (Google Maps ou OpenStreetMap)
- Mentions légales et politique de confidentialité : trame générée par IA, à vérifier et compléter

MODULE 8 — 1h30

Vibe coding avec Claude et ChatGPT : JSON, CSS et JavaScript

Objectif : *modifier et enrichir son site par description en langage naturel, sans écrire le code soi-même.*

- Méthode de prompt : contexte (WordPress, Divi 5), objectif, contraintes, résultat attendu
- Pages et sections au format JSON : export/import via la portabilité Divi, génération ou adaptation par l'IA (limites et vérifications)
- CSS personnalisé par prompt : couleurs, espacements, effets hover, animations (CSS du module ou Options du thème)
- JavaScript et petits scripts : retour en haut, compteur, accordéon… (module Code ou Intégration Divi)
- Déboguer avec l'IA : décrire le problème, joindre une capture ou le code, tester sur une copie avant mise en ligne
- Atelier : personnaliser 3 éléments (section importée en JSON, header, effet hover)

MODULE 9 — 2h

Contenus, visuels et médiathèque

Objectif : *alimenter son site avec des contenus de qualité produits et optimisés grâce à l'IA.*

- Rédiger les textes avec l'IA (Claude, ChatGPT) : prompt efficace, ton, personnalisation
- Visuels avec Canva IA et Divi AI : bannières, illustrations, sections
- Formats web (WebP, JPEG, PNG, SVG) et optimisation du poids (Squoosh, TinyPNG)
- Créer ou importer un logo (Canva IA)
- Médiathèque WordPress : importer, insérer dans Divi, attributs ALT (SEO)

JOUR 3 — DESIGN, RESPONSIVE, SEO & MISE EN LIGNE

MODULE 10 — 1h30

Design global du site avec Divi 5

Objectif : *définir et appliquer une identité visuelle cohérente sur l'ensemble du site.*

- Couleurs globales et variables de design Divi 5 (primaire, secondaire, accent)
- Typographies globales, espacements et préréglages de boutons
- Theme Builder : créer le header (logo, menu, CTA ; transparent ou sticky)
- Theme Builder : créer le footer (mentions légales, liens, réseaux sociaux, copyright)
- Appliquer header et footer globaux à l'ensemble du site

MODULE 11 — 1h30

Responsive design, sécurité & extensions essentielles

Objectif : *s'assurer que le site s'affiche parfaitement sur tous les écrans et sécuriser son installation.*

- Responsive dans Divi 5 : points de rupture, prévisualisation mobile/tablette et ajustements
- Masquer des éléments selon le périphérique
- Sécurité : SSL (HTTPS), extension de sécurité, sauvegardes (Infomaniak et UpdraftPlus)
- Extensions essentielles : Yoast SEO, cache, bandeau de consentement cookies (RGPD)

MODULE 12 — 1h30

SEO de base pour être trouvé sur Google

Objectif : *appliquer les bases du référencement naturel pour améliorer la visibilité de son site.*

- Le SEO et ses 3 piliers : technique, contenu, popularité
- Configurer Yoast SEO : titres et méta-descriptions (optimisés avec Claude ou ChatGPT)
- Plan de site XML et soumission à Google Search Console
- Bonnes pratiques : balises H1/H2/H3, permaliens, textes alternatifs
- Vitesse du site : PageSpeed Insights et actions d'amélioration

MODULE 13 — 2h30

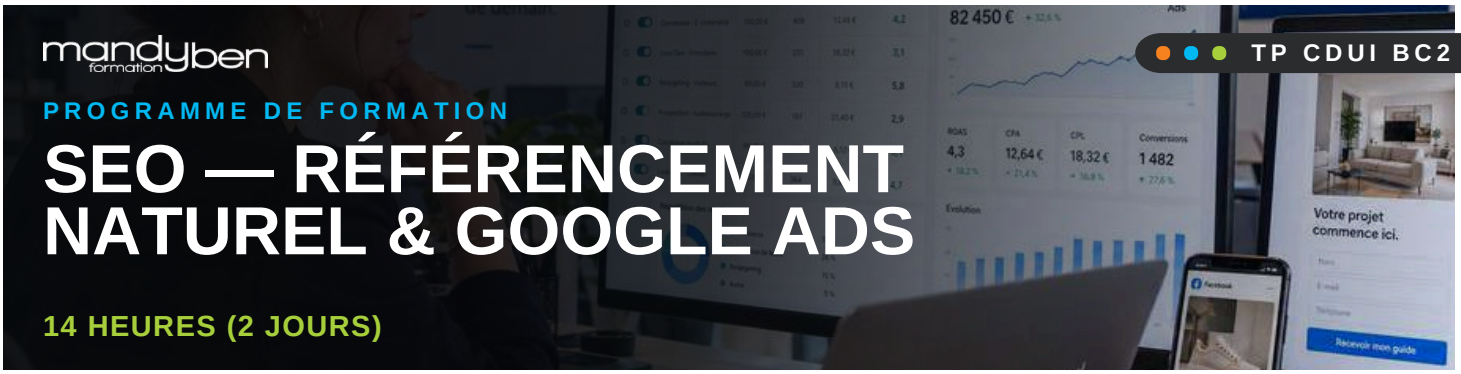
Publication, tests & présentation du site

Objectif : *finaliser, tester et mettre en ligne son site vitrine, puis le présenter au groupe.*

- Checklist : liens, formulaire, affichage mobile/tablette/desktop
- Vérifier mentions légales et passer le site en mode public
- Statistiques (Google Analytics 4) et Google Search Console
- Présentation des sites au groupe (3 à 5 min) et retours
- Bonnes pratiques de maintenance : mises à jour, sauvegardes, sécurité
- Ressources : documentation Divi 5 (Elegant Themes), guides et support Infomaniak, communautés WordPress

PLANNING SYNTHÉTIQUE

		MODULE	CONTENU	OUTILS
J1	1h	**M1 — Le web pour les débutants**	Internet, sites web, CMS, vocabulaire, vibe coding	
J1	1h	**M2 — Nom de domaine**	Choisir, acheter et configurer son domaine	Infomaniak, IA
J1	1h30	**M3 — Hébergement**	Offres, Manager Infomaniak, SSL, emails	Infomaniak
J1	1h30	**M4 — WordPress & Divi 5**	Installation, tableau de bord WP, activation Divi 5	Infomaniak, WordPress, Divi 5
J1	2h	**M5 — Zoning & prototype**	Brief, arborescence, zoning, maquette HTML/CSS	Claude, ChatGPT
J2	1h30	**M6 — Divi 5 & Divi AI**	Visual Builder, modules, presets, Divi AI (Pro)	Divi 5, Divi AI
J2	2h	**M7 — Pages essentielles**	Accueil, à propos, services, contact	Divi 5, Divi AI, Claude, ChatGPT
J2	1h30	**M8 — Vibe coding**	JSON, CSS, JavaScript, débogage par prompt	Claude, ChatGPT, Divi 5
J2	2h	**M9 — Contenus & visuels**	Textes IA, images, médias, logo	Canva IA, Divi AI, Claude
J3	1h30	**M10 — Design global**	Variables de design, typos, header/footer Theme Builder	Divi 5
J3	1h30	**M11 — Responsive & sécurité**	Mobile, tablette, SSL, sauvegardes, extensions	WordPress, Infomaniak
J3	1h30	**M12 — SEO de base**	Balises, URL, vitesse, Yoast SEO assisté IA	Yoast, Claude, ChatGPT
J3	2h30	**M13 — Publication & bilan**	Mise en ligne, tests, statistiques, présentation	WordPress, GA4, Search Console



mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

SEO — RÉFÉRENCEMENT NATUREL & GOOGLE ADS

14 HEURES (2 JOURS)

PUBLIC	Webmasters, responsables communication, chefs de projet, entrepreneurs, indépendants souhaitant améliorer leur visibilité sur Google.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique. Disposer d'un site web existant ou en cours de création est recommandé.
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 :

- Comprendre et améliorer sa visibilité sur Google.
- Maîtriser les fondamentaux du SEO technique, rédactionnel et du netlinking.
- Mettre en place une stratégie de contenu assistée par l'IA.
- Analyser ses performances avec Search Console et Google Analytics 4.
- S'initier à Google Ads.

JOUR 1 — SEO TECHNIQUE, CONTENU & GOOGLE SEARCH CONSOLE — 7h

MODULE 1 — 1h

Comprendre Google pour mieux se référencer

Objectif : *comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et les mécanismes clés du référencement.*

- Comment Google fonctionne : indexation, crawlers et budget de crawl
- Mises à jour Google : Panda, Penguin, Helpful Content au cœur de l'algo
- Recherche générative : AI Overviews, AI Mode et enjeu du GEO
- Métadonnées (title, description, Hn) et intention de recherche
- SEO, SEA et SEM : différences et complémentarité

MODULE 2 — 2h

SEO technique : les fondations d'un site bien référencé

Objectif : *identifier et corriger les problèmes techniques qui freinent le référencement d'un site.*

- Structure technique : architecture des URLs, permaliens, profondeur
- Balises title, meta-description et Hn : règles et structure sémantique
- Fichier robots.txt et sitemap XML
- Core Web Vitals (LCP, CLS, INP) et mesure via PageSpeed Insights
- Vitesse (compression, cache), responsive et indexation mobile-first
- SSL (HTTPS) ; pièges : contenu dupliqué, redirections, pages orphelines

MODULE 3 — 2h

Stratégie de contenu & rédaction SEO assistée par IA

Objectif : *construire une stratégie de mots-clés efficace et rédiger des contenus optimisés grâce à l'IA.*

- Recherche de mots-clés : principaux, secondaires, longue traîne et intention
- Outils : Google Suggest, Keyword Planner, Search Console, idées via Claude
- Rédaction SEO : contenu sémantique (entités) et structure H1-Hn-CTA
- Modèles rédactionnels : AIDA, PAS, listes, FAQ ; densité et lisibilité
- Rédaction avec Claude : brief SEO, article/page, réécriture optimisée
- Optimiser pour la recherche IA (GEO) et on-page avec Yoast SEO

MODULE 4 — 2h

Google Search Console : piloter son référencement

Objectif : *connecter, configurer et exploiter Search Console pour auditer et améliorer son référencement.*

- Connexion et vérification de propriété ; soumettre son sitemap XML
- Rapport de performance : clics, impressions, CTR, position moyenne
- Requêtes et pages : opportunités et pages à améliorer
- Couverture (indexation, erreurs), Core Web Vitals et liens détectés
- Nourrir sa stratégie : mots-clés en position 5-15 à optimiser en priorité

OUTILS UTILISÉS

Outils SEO et IA utilisés en pratique tout au long de la formation :

Claude Anthropi	Google Search Console	Google Analytics 4	Google Ads	Yoast SEO	PageSpeed Insights
Rédaction & stratégie SEO	Audit & suivi positions	Analyse du trafic	Référencement payé	Optimisation on-page	Performance technique

JOUR 2 — NETLINKING, GOOGLE ANALYTICS 4, GOOGLE ADS & AUDIT FINAL — 7h

MODULE 5 — 1h30

Netlinking, maillage interne & popularité

Objectif : *comprendre et mettre en place une stratégie de liens efficace pour renforcer l'autorité de son site.*

- Netlinking et PageRank : pourquoi les liens comptent ; follow vs nofollow, DA
- Maillage interne : cocon sémantique, pages orphelines (plan via Claude)
- Backlinks de qualité : annuaires, presse, partenaires, guest blogging
- Pratiques à éviter : fermes de liens, PBN, échanges massifs
- Analyser son profil de liens avec Search Console

MODULE 6 — 2h

Google Analytics 4 : analyser son trafic

Objectif : *configurer et exploiter GA4 pour comprendre le comportement des visiteurs et optimiser ses actions SEO.*

- GA4 : configuration de base et liaison avec Search Console et Google Ads
- Tableau de bord et rapports en temps réel
- Audience : démographie, géographie, appareils
- Trafic : canaux d'acquisition (organique, direct, référents, social, payant)
- Comportement : pages clés, engagement, temps passé, taux de rebond
- Rapports personnalisés et exploration (requêtes avancées, tableaux croisés)

MODULE 7 — 1h30

Google Ads : introduction au référencement payé

Objectif : *comprendre le fonctionnement de Google Ads et savoir créer une première campagne simple.*

- SEO vs SEA : complémentarité et choix stratégique
- Structure d'une campagne : compte, campagne, groupe d'annonces, annonce
- Types de campagnes : Search, Performance Max, Shopping, Demand Gen, Vidéo
- Enchères, score de qualité, placement ; Keyword Planner et AI Max pour Search
- Campagne Search : budget, zones, correspondance et mots-clés négatifs
- Rédiger des annonces (titres, extensions) avec Claude ; suivi des conversions

MODULE 8 — 2h

Audit SEO complet & plan d'action

Objectif : *réaliser un audit SEO complet de son site et produire un plan d'action priorisé grâce à l'IA.*

- Méthodologie : 4 dimensions (technique, contenu, popularité, UX)
- Croiser Search Console et GA4 pour un diagnostic complet
- Audit assisté par Claude : pré-diagnostic, checklist, 10 actions prioritaires
- Plan d'action : matrice impact/effort, calendrier, KPI SEO à suivre
- Présentation des audits au groupe (3 min) et retours
- Ressources : outils gratuits, blogs SEO de référence, veille algorithmique

PLANNING SYNTHÉTIQUE

		MODULE	CONTENU	OUTILS
J1	1h	**M1 — Fonctionnement de Google**	Indexation, algorithmes, recherche IA, métadonnées	Claude
J1	2h	**M2 — SEO technique**	Structure, vitesse, responsive, Core Web Vitals	PageSpeed, GSC
J1	2h	**M3 — Stratégie de contenu & rédaction**	Mots-clés, longue traîne, rédaction SEO assistée IA	Claude, Yoast
J1	2h	**M4 — Google Search Console**	Connexion, audit, positions, erreurs, sitemaps	Google Search Console
J2	1h30	**M5 — Netlinking & maillage interne**	PageRank, cocon sémantique, liens externes	Claude, GSC
J2	2h	**M6 — Google Analytics 4**	Tableau de bord, trafic, comportement, rapports	Google Analytics 4
J2	1h30	**M7 — Google Ads : introduction**	Types de campagnes, enchères, AI Max	Google Ads
J2	2h	**M8 — Audit SEO & plan d'action**	Audit complet du site, plan d'action assisté IA	Claude, GSC, GA4

mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME AVANCÉ

CLAUDE PAR ANTHROPIC

14 HEURES (2 JOURS)



PUBLIC	Professionnels souhaitant exploiter les fonctionnalités avancées de Claude : MCP, Skills, Cowork, Code.
PRÉREQUIS	Formation Claude 7h ou pratique courante de Claude.ai. Compte Claude.ai actif avant la formation.
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 :

- Situer Claude, choisir le bon modèle (Haiku/ Sonnet/Opus) et gérer les crédits d'usage.
- Formuler des prompts structurés avec la méthode RCTFC.
- Exploiter le Chat : texte, image, code, Artifacts et projets.
- Configurer les connecteurs MCP et créer des compétences (Skills).
- Automatiser la bureautique avec Cowork et coder avec Claude Code.
- Mener en autonomie un projet métier intégrant Cowork et/ou Code.

OUTILS UTILISÉS

Écosystème Claude exploité tout au long du parcours :

Claude.ai	Connecteurs MCP	Skills	Claude Cowork	Claude Code	GitHub
Chat & Artifacts	Services externes	Compétences métier	Bureautique no-code	CLI & développement	Versioning & dépôts

JOUR 1 — FONDAMENTAUX & CHAT — 7h

MODULE 1 — 0h45

Claude & ses modèles

Objectif : *situer Claude parmi les assistants IA, choisir le bon modèle et gérer les crédits.*

- Positionnement de Claude vs ChatGPT, Gemini, Copilot
- Mission Anthropic : l'IA constitutionnelle
- Haiku · Sonnet · Opus : choisir selon l'usage
- Notion de crédits d'usage

MODULE 2 — 0h45

Méthode RCTFC

Objectif : *formuler des prompts structurés et performants avec la méthode RCTFC.*

- Les 5 composantes : Rôle · Contexte · Tâche · Format · Contraintes
- Exemples appliqués à des cas métier réels
- Exercice individuel : rédaction d'un prompt RCTFC

MODULE 3 — 1h30

Chat · Artifacts · projets

Objectif : *exploiter le Chat (texte, image, code), les Artifacts et les projets.*

- Texte, image, code : usages professionnels clés
- Artifacts : markdown, HTML, code, SVG
- Projets : contexte persistant pour ses conversations
- Cas pratique : Artifact métier en RCTFC

MODULE 4 — 1h00

Autonomie Chat

Objectif : *mettre en pratique le Chat en autonomie sur un livrable métier.*

- Choix libre d'un sujet métier
- Production d'un livrable Chat (Artifact, code, rédaction)
- Restitution collective rapide

MODULE 5 — 1h30

Connecteurs MCP

Objectif : *configurer les connecteurs MCP pour intégrer des services externes.*

- Model Context Protocol : principes
- Connecteurs : Drive, Gmail, Notion, Slack, GitHub…
- Configurer un connecteur MCP dans Claude.ai
- Cas pratique : Claude ↔ Google Drive

JOUR 2 — SKILLS · COWORK · CODE

MODULE 6 — 1h30

Compétences (Skills)

Objectif : *créer et activer des compétences (Skills) personnalisées spécialisées métier.*

- Spécialiser Claude sur des tâches répétitives
- Structure d'une compétence : description, instructions, exemples
- Rédiger les instructions en RCTFC
- Cas pratique : Skill sur un processus métier

MODULE 7 — 1h30

Claude Cowork

Objectif : *automatiser des tâches bureautiques avec Claude Cowork.*

- Outil desktop pour non-développeurs
- Connexion à l'écosystème local : fichiers, applis, web
- Usages : tri de fichiers, rédaction, extraction de données
- Cas pratique : automatiser une tâche quotidienne

MODULE 8 — 2h00

Claude Code

Objectif : *générer, réviser et déboguer du code avec Claude Code et GitHub.*

- CLI pour développeurs & techniciens
- Générer, réviser, déboguer depuis le terminal
- Intégration GitHub : branches, pull requests
- Cas pratique : démarrer un projet et le pousser sur GitHub

MODULE 9 — 2h00

Autonomie Cowork & Code

Objectif : *travailler en autonomie sur un projet métier intégrant Cowork et/ou Code.*

- Projet personnel combinant Cowork et/ou Code
- Travail autonome avec soutien du formateur
- Présentation & discussion des projets

BILAN — CONCLUSION & RESSOURCES — 1h00

Objectif : *consolider les acquis et identifier les ressources pour aller plus loin.*

Synthèse : carte mentale des fonctionnalités Claude	Ressources : docs.anthropic.com, Claude.ai, communauté Anthropic	Perspectives : API Claude, Claude for Enterprise	Questions / réponses et suivi post-formation

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

		MODULE	CONTENU CLÉ
J1	0h45	**M1 — Claude & ses modèles**	Positionnement, mission Anthropic, modèles, crédits
J1	0h45	**M2 — Méthode RCTFC**	5 composantes, exemples, exercice individuel
J1	1h30	**M3 — Chat · Artifacts · projets**	Texte/image/code, Artifacts, projets, cas pratique
J1	1h00	**M4 — Autonomie Chat**	Sujet métier, livrable Chat, restitution
J1	1h30	**M5 — Connecteurs MCP**	MCP, connecteurs, configuration, cas Drive
J2	1h30	**M6 — Compétences (Skills)**	Spécialisation, structure, RCTFC, cas pratique
J2	1h30	**M7 — Claude Cowork**	Desktop, écosystème local, usages, automatisation
J2	2h00	**M8 — Claude Code**	CLI, débogage, GitHub, cas pratique
J2	2h00	**M9 — Autonomie Cowork & Code**	Projet personnel, autonomie, présentation
J2	1h00	**Bilan — Conclusion & ressources**	Synthèse, ressources, perspectives, Q/R

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)

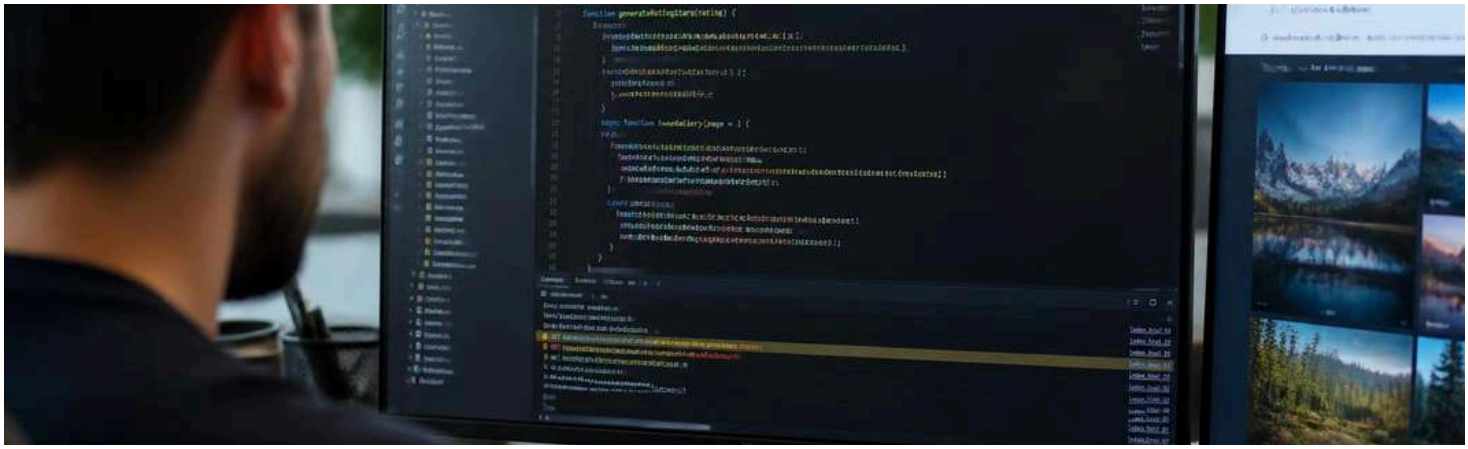
Objectif : capturer et gérer les interactions utilisateur avec les événements JavaScript.

- 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)

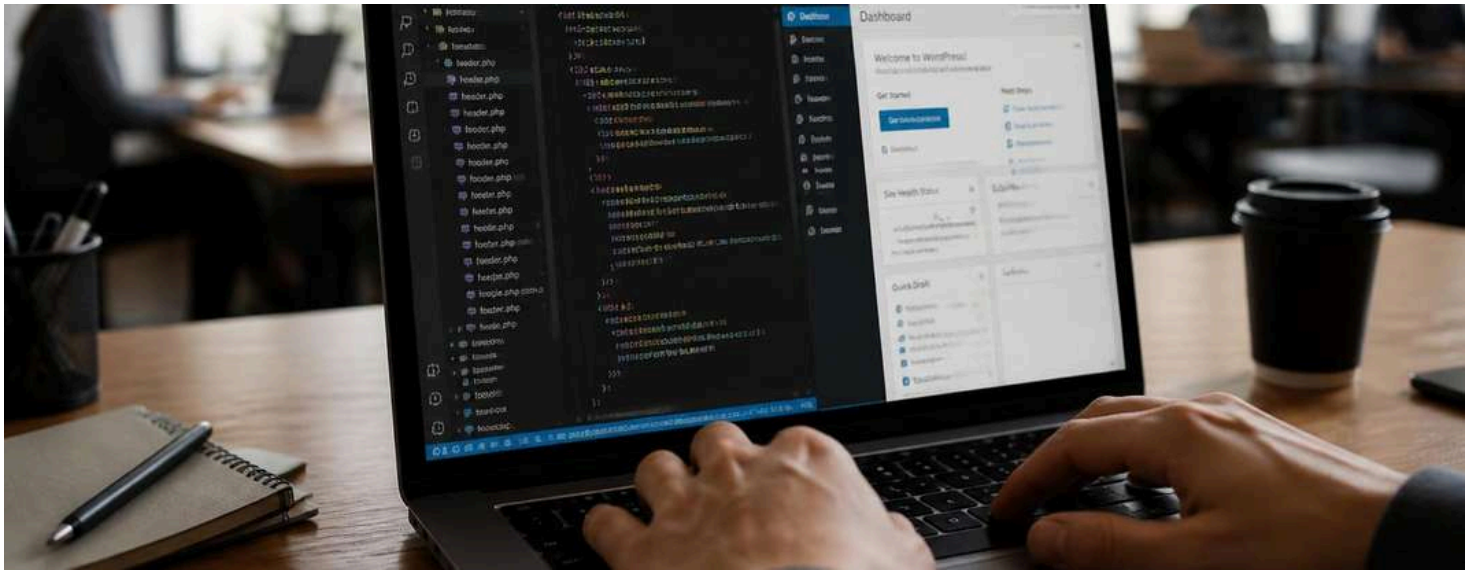
Objectif : comprendre la structure de la base WordPress et effectuer des requêtes simples.

- 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

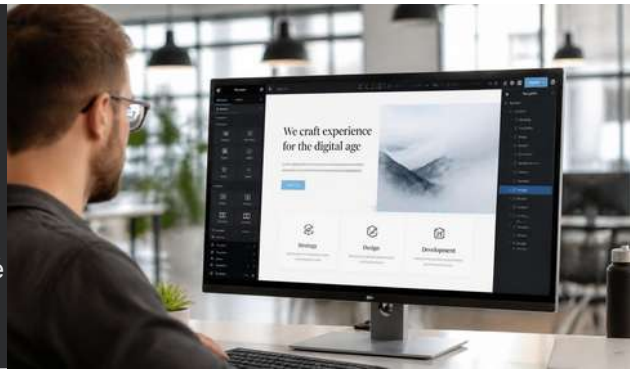
programme de formation

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)

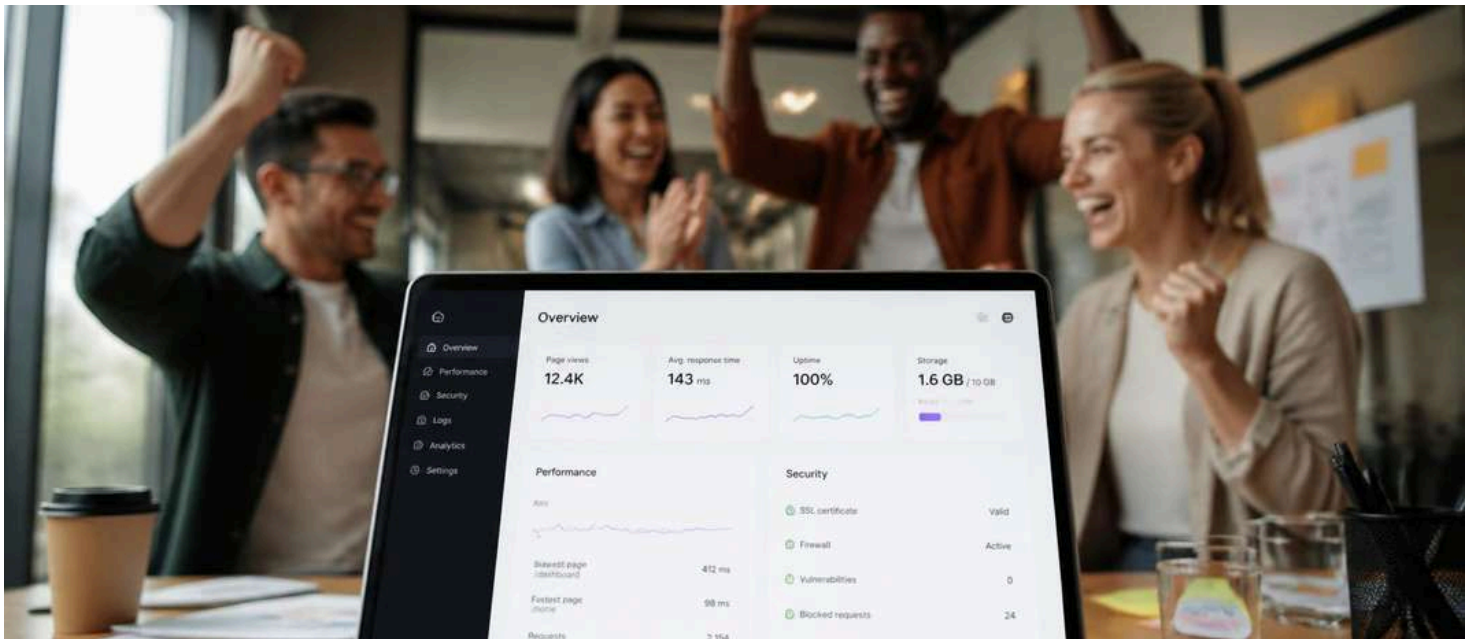
Objectif : sécuriser un site WordPress contre les menaces courantes et fiabiliser les sauvegardes.

- 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)

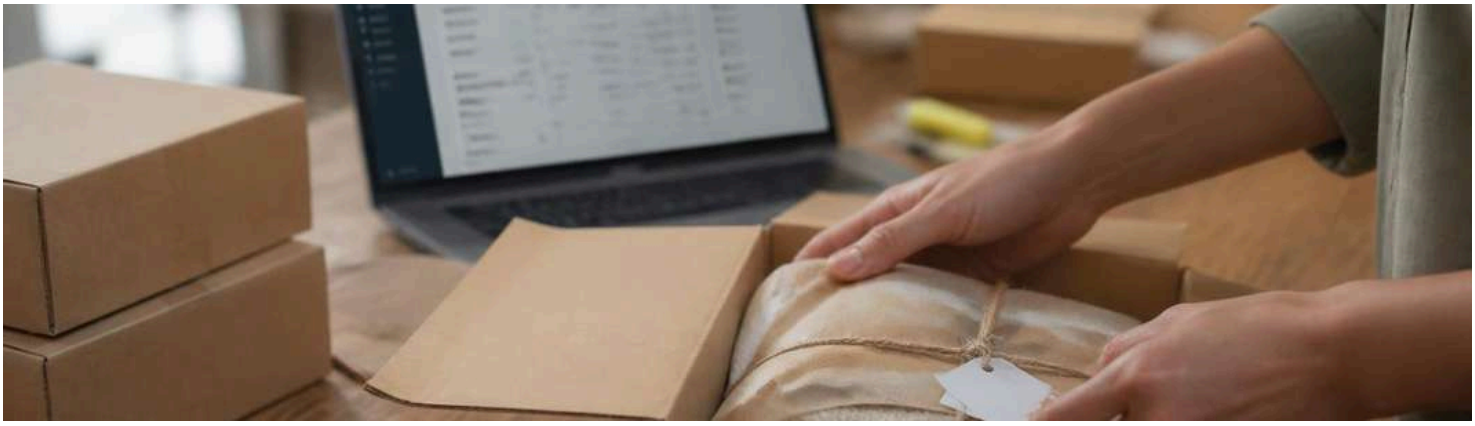
Objectif : suivre ses performances commerciales et utiliser l'IA pour orienter sa stratégie de vente.

- 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)

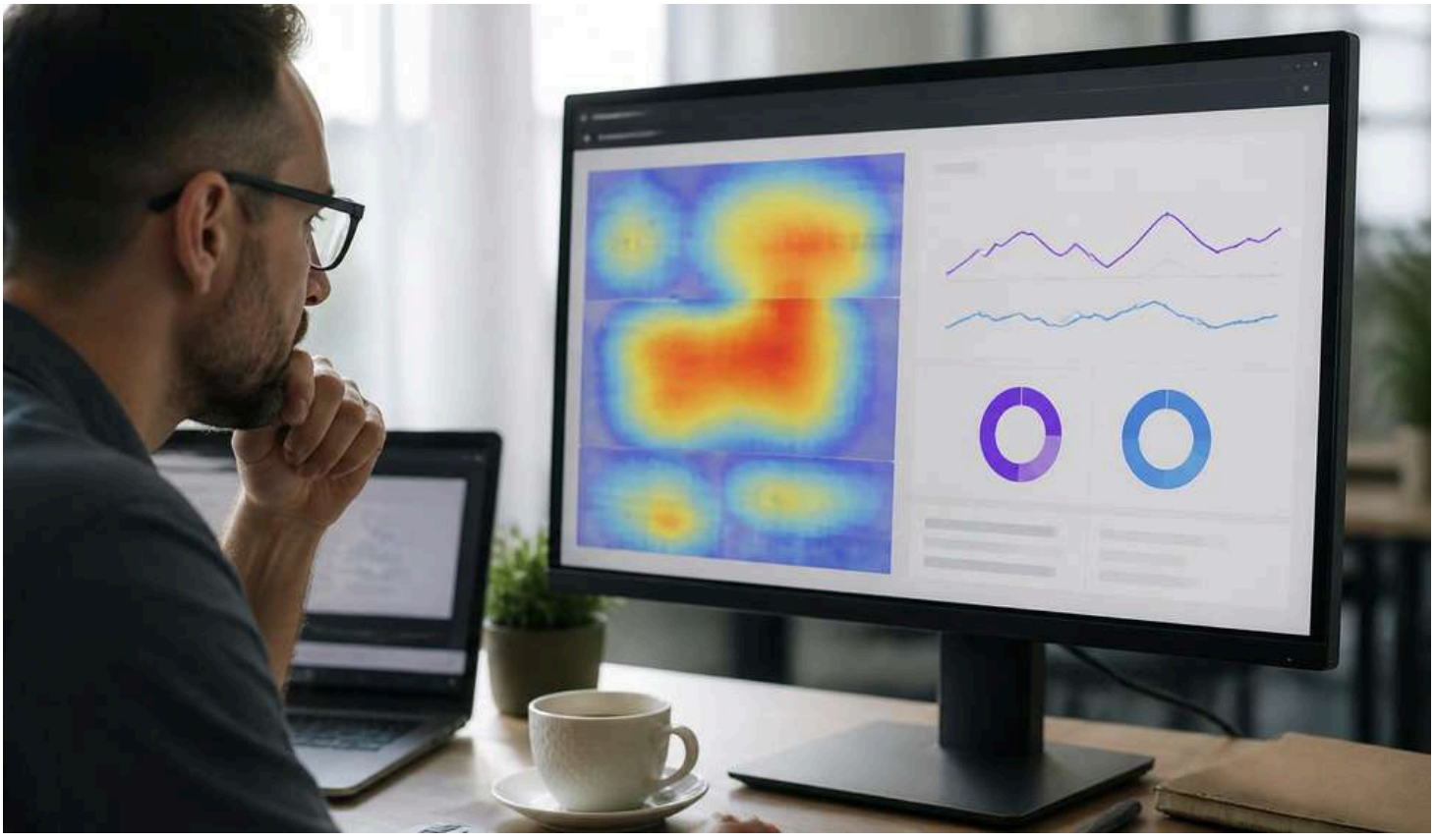
Objectif : concevoir et optimiser le parcours client à l'aide des outils UX.

- 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

CRÉER
INNOVER
DÉVELOPPER



mandyben formation

PRÉSENTATION · TITRE PROFESSIONNEL

Concepteur Designer UI

Conception graphique, communication numérique et création de sites web

RNCP 42140 · 3 CCP



CCP 1
Conception graphique

CCP 2
Communication numérique

CCP 3
Développement web

LES 3 BLOCS DE COMPÉTENCES

CCP 1 · Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication

CCP 2 · Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

CCP 3 · Réaliser, améliorer et animer des sites web

À L'ISSUE DE LA FORMATION

- ✓ Dialoguer avec les prestataires et intervenants
- ✓ Créer des supports de communication multisupports
- ✓ Élaborer des produits de communication multimédia
- ✓ Utiliser les outils d'intelligence artificielle pour renforcer créativité et productivité
- ✓ Gérer un projet web et son cahier des charges
- ✓ Construire une architecture interactive UX/UI
- ✓ Respecter une charte graphique et créer un webdesign de qualité
- ✓ Optimiser le référencement et la diffusion d'un site
- ✓ Concevoir une campagne sur les réseaux sociaux
- ✓ Réaliser un site web complexe
- ✓ Comprendre HTML5, CSS3 et JavaScript
- ✓ Utiliser WordPress et des solutions e-commerce
- ✓ Comprendre les sites dynamiques et l'UX marketing
- ✓ Monter une vidéo, réaliser des effets et l'intégrer à un site

SECTEURS D'ACTIVITÉ

Agences de communication, publicité, marketing et web ; services de communication publics ou privés ; entreprises informatiques et ESN ; e-commerce ; industries graphiques.

MÉTIERS ACCESSIBLES

Web designer · UI designer · UX designer · Chargé de communication digitale · Web marketeur · Référenceur · Webmaster / intégrateur multimédia · Infographiste 2D/3D · Animateur 2D/3D · Assistant chef de projet multimédia · Lead UI designer · Architecte d'information · Concepteur multimédia.

CERTIFICATION & ACCÈS AU TITRE

Le titre professionnel RNCP 42140 est composé de trois certificats de compétences professionnelles (CCP). Il peut être obtenu à l'issue d'un parcours complet ou par capitalisation des CCP, selon les conditions réglementaires applicables.

ORGANISATION & MOYENS

Lieu : 146 rue Paradis, 13006 Marseille et distanciel

Effectif : 3 à 12 stagiaires en session

Équipement : 1 poste par stagiaire, vidéoprojecteur, plateforme e-learning

Pédagogie : Présentations, échanges collectifs, réflexion individuelle

Évaluation : Cas pratiques en continu évalués par le formateur

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

mandyben formation

CERTIFICATION · TITRE COMPLET

TP Concepteur Designer UI

Les 3 certificats de compétences professionnelles (CCP)

ÉPREUVE : 1 H 40



1 H 10 · PROJET

Présentation + jury

15 MIN · TECHNIQUE

Questions complémentaires

15 MIN · FINAL

Positionnement professionnel

OBJECTIF & COMPÉTENCES

Valider les compétences des trois CCP du titre professionnel :

• Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication

• Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

• Réaliser, améliorer et animer des sites web

DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

30 min · Site internet

Présenter le projet, la cible et les choix techniques et graphiques.

20 min · Animation & imprimé

Présenter l'animation (1 min à 1 min 30) et le support de communication imprimé.

20 min · Questions du jury

Répondre aux questions sur le projet présenté.

15 min · Entretien technique

Échanges sur les aspects non évalués pendant la présentation.

15 min · Entretien final

Échange sur le positionnement professionnel.

PRÉPARATION DE LA CERTIFICATION

Préparer le dossier professionnel (DP), un dossier de projet et un support de présentation (type diaporama).

DOSSIER DE PROJET · SITE WEB

01 Résumé du projet (environ 1 200 caractères hors espaces)

02 Grille de questionnement du besoin client

03 Cahier des charges et limites du projet

04 Objectifs du projet

05 Parcours de navigation de l'utilisateur

06 Fiche persona : cible, ton et axe de communication

07 Nom de domaine proposé et justification

08 Planche de tendances / ambiance graphique

09 Illustrations vectorielles : logos, icônes, interface

10 Images traitées : retouches, colorimétrie, photomontages

11 Maquette dynamique responsive : accueil, page type, article, contact

12 Calendrier éditorial pour les réseaux sociaux

13 Captures d'écran de l'administration du site

14 Rapport SEO du site

15 Étude de cas d'un site concurrent

mandyben formation

CERTIFICATION · TITRE COMPLET

TP Concepteur Designer UI

Dossier à remettre, présentation orale et conseils de préparation

ÉPREUVE : 1 H 40



1 H 10 · PROJET
Présentation + jury

15 MIN · TECHNIQUE
Questions complémentaires

15 MIN · FINAL
Positionnement professionnel

ANIMATION & SUPPORT IMPRIMÉ

- Storyboard de l’animation vidéo
- Fichiers sources du support de communication imprimé
- Fichiers prêts à imprimer : fonds perdus, traits de coupe…

PLAN DE LA PRÉSENTATION ORALE

CONTEXTE
Entreprise ou service, contexte du projet

SITE WEB
Maquettes les plus significatives

FONCTIONNALITÉS
Fonctionnement du site réalisé

WEBMARKETING
Stratégie pour faire connaître le site

OPTIMISATIONS
Améliorations et perspectives d’évolution

BILAN
Synthèse, satisfactions et difficultés

MATÉRIEL & PRÉPARATION

Prévoir un support de présentation lisible, vérifier les démonstrations et les fichiers, et répéter l’oral en respectant le temps imparti.

À RETENIR

DURÉE TOTALE

1 h 40

1 h 10 de présentation et questions, puis deux entretiens de 15 minutes.

PUBLIC & PRÉREQUIS

Public : graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site…

Prérequis : formation Graphiste PAO Motion Designer, formation équivalente ou niveau attesté.

CONDITIONS DE FORMATION

- Préparation indiquée : 14 heures (2 jours)
- Lieu : Marseille et distanciel
- Effectif : 3 à 12 stagiaires
- Moyens : 1 poste par stagiaire, vidéoprojecteur, plateforme e-learning
- Évaluation en formation : cas pratiques suivis par le formateur

CERTIFICATION

Le titre professionnel est composé de 3 CCP et peut être valider par capitalisation des certificats ou à l’issue d’un parcours complet, selon les conditions réglementaires applicables.

obtenu par capi