



Créer et administrer un site internet pour TPE-PME

Certification au répertoire spécifique

Référentiel de compétences et d'évaluation

Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif de formation visant la certification est initié

La certification vise l'acquisition de compétences transversales pour les artisans, futurs artisans/ porteur de projet et conjoints exerçant en qualité de chefs d'entreprise ainsi que ses collaborateurs au sein de très petites et moyennes entreprises (TPE-PME).

Pour accéder à la certification, le candidat doit pouvoir utiliser de manière courante un ordinateur et internet. En ce sens, il doit pouvoir utiliser les systèmes d'exploitation (Windows, Mac ou autre système d'exploitation), naviguer dans l'interface et utiliser l'explorateur de fichiers. Il doit également pouvoir réaliser les actions informatiques les plus récurrentes, telles que : chercher une image enregistrée sur son ordinateur ; enregistrer un fichier, naviguer dans l'arborescence du disque dur ; créer des mots de passe et les retrouver ; ajouter/ paramétrer/ supprimer des applications ; utiliser les applications et outils utiles à la création d'un site internet comme Paint.

En outre, une réflexion au regard des éléments suivants doit être amorcée :

- Le graphisme et les images du site internet (logo, couleurs de son identité visuelle, typographie, photographies...);
- La structure du site (rubriques et intitulés de page) ;
- Sa présentation.

Le candidat doit également avoir étudié les concurrents de son activité en analysant leur stratégie commerciale et marketing au regard de son projet.

Notre certification s'inscrit dans le cadre de la valorisation de l'activité et des produits des TPE-PME artisanales. Dans le métier d'art et de bouche, la valorisation des produits se fait notamment, par la démonstration des process de création et la publication des images de leur réalisation. Pour les métiers en lien avec la réparation, il peut s'agir de présenter les photographies avant/ après de leur réalisation, les labels de l'entreprise ainsi que les références.

La création et l'administration d'un site internet permet au candidat d'assurer sa gestion en autonomie et d'être propriétaire du contenu en ligne ce qui est source de flexibilité et d'un coût moindre que lors de la mobilisation d'un prestataire dédié.

Le site internet vise également la valorisation d'une activité locale à grande échelle ce qui attire des prospects, des clients de passage (en vacances ou en week-end, par exemples) et assure la fidélisation de ses clients. Le site internet permet également de donner une fiabilité certaine qui rassure certains publics tels que les seniors qui ont peu l'usage des réseaux sociaux ainsi que les entreprises ou les collectivités.

Aussi, il permet également de soutenir une réponse à des appels d'offres en assurant sa professionnalité mais aussi sa crédibilité et sa fiabilité. Il permet dans cadre de valoriser son activité et représente un élément différenciant. Il peut s'agir pour un professionnel du bâtiment de répondre à des marchés publics ou encore, pour des professionnels exerçant dans des métiers d'art de déposer une candidature pour des événements professionnels comme un salon.

Pour certains, le site internet a davantage vocation à travailler la marque employeur ce qui a été constaté dans le B2B, notamment. Le site dans le présent cas, valorise en priorité l'équipe, le panel de clients et les offres.

Le besoin en compétences est notamment relevé dans les domaines et métiers suivants :

- Métiers d'arts (potier, céramiste, verriers...)
- Bâtiment (électricien, plombier...)
- Fabrication (bijoutier, ébéniste, savonnier, abat-jouriste...)
- Métiers de bouche (pâtissier, brasseur, traiteur, torréfacteur)
- Services (couturier, atelier de réparation) ; B2B - assistant administratif.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>C.1. Définir la finalité de son site internet (site vitrine, boutique en ligne, réponse à appel d'offre...) en cohérence avec l'activité de son entreprise, sa stratégie d'entreprise, sa (ou ses) cible(s), en tenant compte de ses ressources et de ses contraintes, afin de déterminer la structuration du site internet, le choix d'un nom de domaine¹ et d'un hébergeur².</p>	<p><u>Cas pratique réalisé en centre d'examen ou en distanciel (C1 à C9) :</u></p> <p>Le candidat présente la version finale du site internet qu'il a créé et administré à partir de son projet de développement devant un jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs sont définis et cohérents avec les cibles, le marché, son activité, les ressources à disposition (humaines, temps, financières), sa stratégie. • Le choix du nom de domaine et de l'hébergeur est cohérent avec l'activité, l'identité de l'entreprise, les valeurs et les opportunités de visibilité.
<p>C.2. Concevoir et structurer l'architecture de son site internet en créant la page d'accueil, les pages de contenu et en les organisant dans des menus de navigation en fonction de sa stratégie de communication, en garantissant la sécurité de la navigation, dans le respect de la réglementation en vigueur afin de valoriser son activité et répondre au besoin de sa(ses) cible(s) (information recherchée, sécurité...).</p>	<p>Lors de cette présentation, il explique dans un premier temps, la finalité du site, c'est-à-dire, le ou les objectifs auxquels il répond en fonction de son cahier des charges (C.1.).</p> <p>Il présente ensuite, le site construit en explicitant la démarche de création et les choix qu'il a réalisés pour les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La conception et la structure de l'architecture du site internet (C.2.) ; • La structure du menu (C.2.) ; • L'identité visuelle et design (C.3.) ; • Les fonctionnalités, intitulés des pages et contenus (C.3.) ; • La construction des pages web (C5) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le choix des intitulés de page sont pertinents au regard de l'activité et de la finalité du site internet. • L'architecture du site s'inscrit dans un responsabilité numérique responsable : elle vise à limiter la consommation d'énergie (limitation du nombre de pages créées, ne pas ouvrir un nouvel onglet à chaque changement de page...). • La navigation sur le site est simple et rapide : <ul style="list-style-type: none"> ○ Elle prend en compte les codes et habitudes de consommation de l'internet ○ L'information souhaitée peut être trouvée rapidement (en moins de 3 clics idéalement). • Les menus sont créés : il existe au moins deux menus comprenant un menu principal, un menu de pied de page intégrant les pages de mentions

¹ Identifiant de domaine internet (site internet).

² Entreprise qui fournit l'hébergement sur des sites internet divers de systèmes informatiques tels que des sites web, des stockages d'information et de la messagerie électronique.

	<p>Le jury s'assure que le site créé est en responsive, autrement dit qu'il s'adapte à tous formats d'écran (C.4.). Il vérifie en ce sens, l'affichage du site internet sur smartphone, tablette et ordinateur.</p> <p>En outre, le candidat est interrogé par le jury sur les démarches et moyens qu'il a planifié de mobiliser pour assurer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le suivi des performances du site (C.6.) ; • La communication de son site internet (C.7) ; • La mise à jour du site internet (planification, contenu...) (C.8) ; • La sauvegarde de l'ensemble du site internet (C.9.) ; • La mise à jour des logiciels (C.9). <p>L'échange avec le jury vise également à permettre au candidat de compléter son argumentation sur les choix opérés dans l'élaboration de son site internet grâce au questionnement. Ce questionnement permet ainsi, de vérifier l'acquisition des compétences du présent référentiel.</p> <p>Durée de l'évaluation orale : 15 à 20 minutes</p>	<p>légales et la page de politique de confidentialité a minima.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La réglementation en vigueur est respectée soit, notamment : <ul style="list-style-type: none"> ○ Les mentions légales obligatoires sont inscrites et lisibles ; ○ Le formulaire de contact est conforme, le bandeau de cookies est présent ; ○ La politique de confidentialité est inscrite et lisible en lien avec la réglementation en vigueur (RGPD) ; ○ Le certificat SSL est activé et visible sur les URL du site internet (https).
<p>C.3. Mettre en page le contenu de son site internet en créant le contenu des pages (texte/image/vidéos...), les liens et boutons de navigation entre les pages, en tenant compte des règles d'ergonomie et d'accessibilité, en cohérence avec le graphisme défini afin de proposer une expérience de navigation adaptée à ses clients.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les pages ont une organisation de contenu cohérente avec la finalité du site internet. • Les pages ont du contenu (textes, images, vidéos...) en lien avec la finalité du site. • Les textes sont lisibles et les contrastes entre les couleurs corrects : ils permettent à tous une accessibilité et lisibilité des informations du site internet (handicaps visuels et neurodéveloppementaux). • Les liens et boutons entre les pages permettent de répondre à la finalité du site. • Les liens et boutons entre les pages fonctionnent. • La navigation sur le site est simple et rapide : <ul style="list-style-type: none"> ○ Elle prend en compte les codes et habitudes de consommation de l'internet ; ○ L'information souhaitée peut être trouvée rapidement (en moins de 3 clics idéalement). • Le cas échéant, le thème³ sélectionné est régulièrement mis à jour (date de mise à jour de moins de 6 mois) et permet de garantir la

³ Apparence générale du site internet

		<p>sécurité du site internet et de réduire le temps de chargement.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le temps de chargement des pages est réduit : Le poids des images et des vidéos est allégé avant l'import sur le site et permet de réduire l'impact environnemental.
<p>C.4. Créer un site responsive en s'assurant que la structure des pages et du menu, les images, les animations, les graphismes soient optimisés (poids et taille des images, peu d'animations, vitesse de chargement, organisation des blocs texte et médias, limitation de l'empreinte énergétique...) afin que celui-ci puisse s'adapter aux différents supports de lecture et aux habitudes de navigation.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Le site et ses contenus s'adaptent en fonction du support utilisé (smartphone, tablette, écran de pc large...). • Les textes sont lisibles et les contrastes entre les couleurs corrects : ils permettent à tous une accessibilité et lisibilité des informations du site internet (handicaps visuels et neurodéveloppementaux). • Le poids des images et des vidéos est allégé avant l'import sur le site et permet de réduire l'impact environnemental.
<p>C.5. Construire des pages web performantes en créant des textes attractifs auprès de sa cible, en identifiant et en intégrant les mots-clés et expressions-clés dans les textes, dans le balisage et en créant un maillage de liens intuitif et des url claires, afin de pouvoir, à terme, ressortir dans les premiers résultats des moteurs de recherche (référencement naturel).</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les textes créés sont suffisamment développés : ils contiennent a minima 300 mots assez distincts (absence de redondance entre les mots utilisés). • Les mots et expressions choisis sont en corrélation avec : <ul style="list-style-type: none"> ○ les attentes et les recherches des internautes, ○ le vocabulaire usuel de ses cibles. • Le candidat, sans obligatoirement l'avoir fait pour toutes les pages, a compris l'utilité des différentes balises pour son référencement (title, hn, meta-description, texte alternatif) • La structure des balises permet d'optimiser le référencement naturel (présence dans les premières pages). • Les url ont été modifiés contiennent des mots utiles au référencement du site.

		<ul style="list-style-type: none"> • Chaque page permet de rediriger l'internaute vers une autre page du site internet.
<p>C.6. Paramétrer un outil de suivi des performances du site, adapté à ses besoins et respectueux de la réglementation en vigueur afin qu'il puisse identifier les points d'alerte et prendre connaissance du référencement de son site.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Un outil de suivi a été paramétré sur le site en respectant la réglementation en vigueur et notamment le RGPD. • L'outil de suivi est actif et collecte de la donnée. • L'utilité de l'outil de suivi pour la mise à jour de son site et de son référencement est expliquée.
<p>C.7. Communiquer sur son site internet après sa publication en mobilisant les outils <i>print</i>⁴ comme les flyers ou les cartes de visites ainsi que les outils digitaux via les outils de référencement local (annuaires gratuits et payants), les plateformes professionnelles (communales, en lien avec le secteur...), les réseaux sociaux, la publicité en ligne, la newsletter, tout en tenant compte de ses ressources afin de valoriser son site internet et d'augmenter son trafic.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les ressources mobilisables (temps et financières) sont prises en compte dans le choix des outils de communication complémentaires au site (ex. : Google Business Profile). • Les outils de communication sélectionnés sont justifiés et tiennent compte de son activité, du marché, des cibles et de leurs attentes. • Un bouton vers les réseaux sociaux qu'utilise le candidat est paramétré sur le site. • La démarche pour faire connaître son site est expliquée. • Cette démarche est réalisable au regard de ses moyens et de ses cibles.
<p>C.8. Mettre à jour son site internet régulièrement en créant de l'actualité via la publication articles, l'actualisation des articles publiés, en suivant et améliorant son référencement naturel, en vérifiant les mentions réglementaires, en répondant aux sollicitations (formulaire de contact, commentaires...) afin de démontrer le professionnalisme de l'entreprise (expertise dans son secteur, dynamisme de l'entreprise), de valoriser son image de marque et de mettre en confiance le client.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • La démarche de mise à jour à réaliser est décrite : <ul style="list-style-type: none"> ○ Les actions sont identifiées et cohérentes avec le contenu du site internet ; ○ Un calendrier prévisionnel des actions est défini et tient compte de ses moyens (temps, financier, humain).

⁴ Papier

<p>C.9. Sauvegarder l'ensemble de son site et mettre à jour les logiciels régulièrement en utilisant les outils dédiés (extensions, hébergeur...) et en sélectionnant le lieu de stockage de la sauvegarde (cloud, serveur interne...) tout en prenant en compte les recommandations de la CNIL (diversification des lieux de stockage de sauvegarde...) afin de sécuriser son site internet.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Le site internet est sauvegardé régulièrement en fonction de la fréquence des modifications du site. • Les mises à jour des logiciels et extensions sont réalisées dès leur notification. • Le cas échéant, les extensions sélectionnées sont : <ul style="list-style-type: none"> ○ Utiles à l'administration du site ; ○ Fiables (notation de la communauté et le nombre d'utilisateurs); ○ Compatibles entre elles ; ○ Mise à jour régulièrement (dernière mise à jour datant de moins de 6 mois).
--	--	--