



JEUNESSE CAZE - ARTISANAT ETHNIQUE OUTIL DE FORMATION POUR TRANSFORMER VOTRE PASSE-TEMPS EN TALENT

**Stimulating Creativity in the Digitalization Era!
2021-1-ES02-KA220-YOU-000028880**



Erasmus+





JEUNESSE CAZE - ARTISANAT ETHNIQUE

OUTIL DE FORMATION POUR TRANSFORMER VOTRE PASSE-TEMPS EN TALENT

IO1 – Artisanat ethnique dans nos pays

2021-1-ES02-KA220-YOU-000028880

AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ : LE SOUTIEN DE LA COMMISSION EUROPÉENNE À LA PRODUCTION DE CETTE PUBLICATION NE CONSTITUE PAS UNE APPROBATION DU CONTENU, QUI NE REFLÈTE QUE LES OPINIONS DES AUTEURS, ET LA COMMISSION NE PEUT ÊTRE TENUE RESPONSABLE DE L'UTILISATION QUI POURRAIT ÊTRE FAITE DES INFORMATIONS QU'ELLE CONTIENT.



Table des matières

INTRODUCTION	9
MODÈLES DE COMPÉTENCES NUMÉRIQUES	15
COMPÉTENCES NUMÉRIQUES DES ARTISANS : CONTENU, FORMATION, APPLICATION.....	16
Un modèle de cours en ligne développé sur la base d'une enquête auprès d'artisans (août 2022).....	22
Les bases du marketing Internet pour les artisans	22
Programme de formation.....	22
Module 1 - Trouvez votre métier.....	24
Module 2 - Connaître sa valeur	24
Module 3 - Marketing en ligne et médias sociaux.....	25
Module 4 - Commencer à vendre en ligne	26
Qu'obtiendrez-vous en conséquence ?	27
Résultats.....	27
RÉFÉRENCES	29
Module 1 - Trouvez votre métier	30
1.1 Mettez votre imagination en bouteille.....	30
1.2 Bol à boutons.....	34
Processus	35
Matériaux	35
Plus c'est vert, mieux c'est.....	36
1.3 Pot de fleurs en liège	36
Processus	37
Matériaux	38
Plus c'est vert, mieux c'est.....	38
1.4 Sous-verres en résine.....	39
Compétences requises pour cet artisanat.....	41
Processus - ce que vous devez réellement faire	41
Matériaux - quoi utiliser et où les trouver	44
Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez	45



Laissez-vous inspirer.....	45
1.5 Savons DIY	47
Compétences requises pour cet artisanat.....	48
Mesures de sécurité	49
Processus	49
Matériaux	51
Ingrédients.....	51
Laissez-vous inspirer.....	52
1.6 Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie	54
Compétences requises pour cet artisanat.....	55
Processus - ce que vous devez réellement faire	55
Quelques tutoriels.....	56
Quelques livres.....	56
Quelques sites web pour vous inspirer	56
Matériaux - Quoi utiliser et où les trouver	57
Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez.....	58
1.7. Thérapie par l'art et l'artisanat	59
1.7.1 L'art-thérapie vous permet d'exprimer ces sentiments que vous ne trouvez pas de mots pour expliquer. (définition et explications).....	59
1.7.2. Est-il nécessaire d'avoir de l'expérience dans le domaine des arts ou de l'artisanat ?	61
1.7.3. Quels sont les différents types d'arts et de thérapies créatives ?.....	62
Thérapie par la danse et le	63
Thérapie par le théâtre :.....	63
Musicothérapie :	63
Thérapie par les arts visuels :	64
1.7.4. Comment choisir les bons arts et la thérapie créative ?.....	64
1.7.5 Avantages et inconvénients, remise en question de l'efficacité	65
1.7.6. Intégration de matériaux et de méthodes d'artisanat dans la théorie et la pratique de l'art-thérapie.....	67
1.7.7. À quoi s'attendre d'une séance d'art-thérapie ?.....	69
1.7.8. Quelle est la différence ? Artisanat et art-thérapie	70
Arts et artisanat :.....	70
Art-thérapie :.....	70
1.7.9. L'art-thérapie pour les troubles psychiatriques	71



1.7.10. L'avenir de l'art-thérapie	72
Plan d'apprentissage : Thérapie par l'art et l'artisanat.....	73
Plan d'apprentissage : Intégration de matériel et de méthodes d'artisanat dans la théorie et la pratique de l'art-thérapie	74
Documents ou ressources:	77
Module 2 - Connaître sa valeur.....	78
2.1. Commerce électronique pour l'artisanat	78
Plan de leçon :.....	79
2.1.A. Shopify	82
Plan de leçon : Introduction à Shopify	83
2.1.B. Etsy	85
Plan de cours: Introduction à Etsy	86
2.1.C. Handmade Amazon	88
Plan de leçon : Introduction à Amazon Handmade	90
2.D. Cratejoy	91
Plan de cours: Cratejoy et d'autres plateformes de commerce électronique	93
2.E. Hyena Cart for eco-friendly products	95
Lesson Plan: Comparaison des matériaux et des prix sur Hyena Cart	96
2.F. iCraft	98
Plan de leçon : Plateforme de commerce électronique iCraft	99
2.2 Evaluation du module:	101
Module 3: Online marketing and social media	103
Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)	104
Marketing de contenu	104
Marketing sur les réseaux sociaux	104
Marketing par e-mail	104
Marketing par influenceurs.....	105
Reciblage	105
Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur le marketing en ligne et les médias sociaux	106
Activité 1. Introduction au marketing en ligne et aux médias sociaux :	106
Activité 2. Atelier sur l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) :	106
Activité 3. Atelier sur le marketing de contenu :	107
Activité 4. Atelier sur le marketing des médias sociaux :	107



Tâche à accomplir pour les participants ciblés de CAZE :	107
Quiz about “Online marketing and social media”	108
3.1. Analytique Web.....	108
Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur l’analytique Web.....	116
Activité 1 : Introduction à l’analytique Web	116
Activité 2 : Analytique Web pratique.....	116
Activité 3 : Identifier le contenu populaire.....	116
Activité 4 : Améliorer la navigation sur le site Web	117
Activité 5 : Évaluation et amélioration de la performance d’un site Web	117
Tâches à effectuer pour les participants ciblés de CAZE :.....	117
Tâche 1 :	117
Tâche 2 :	117
QUIZ.....	118
3.2. Publicité contextuelle. Pratique directe et verbale des statistiques	119
Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur la publicité contextuelle. Pratique directe et verbale des statistiques.....	120
Activité 1 : Introduction à la publicité contextuelle et à la publicité contextuelle directe	120
Activité 2 : Pratique des statistiques de mots	120
Activité 3 : Pratique.....	120
Activité 4 : Évaluation et amélioration des campagnes.....	120
Tâche pour les participants à la CAZE :.....	121
3.3. Promotion SEO	122
Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur la promotion SEO	128
Activité 1 : Introduction à la promotion SEO.....	128
Activité 2 : Optimisation pratique du référencement	128
Activité 3 : Identifier les mots-clés cibles	128
Activité 4 : Optimisation on-page	128
Activité 5 : Création de liens	128
Activité 6 : Suivi et analyse des résultats	128
Tâches à effectuer pour les participants ciblés de CAZE :.....	128
Tâche 1 : Recherche et analyse.....	128
Tâche 2 : Optimisation sur la page	129
Tâche 3 : Création de liens	129



Quiz: Promotion SEO.....	129
3.4. Marketing de contenu.....	130
Activité non formelle pour les jeunes CAZE : 3.4. Marketing de contenu.....	133
Activité 1 : Introduction au marketing de contenu.....	133
Activité 2 : Atelier de création de contenu.....	134
Activité 3 : Distribution et engagement du contenu.....	134
Activité 4 : Surveillance et analyse.....	134
Activité 5 : Études de cas.....	134
Tâches pour les participants ciblés de CAZE :.....	134
Quiz : Marketing de contenu.....	135
3.5. Marketing par e-mail.....	137
L'activité non formelle pour les jeunes CAZE (13-35 ans) :.....	138
Activité 1 : Introduction au marketing par courriel.....	138
Activité 2 : Créer des modèles d'e-mails.....	138
Activité 3 : Planification et exécution d'une campagne de marketing par courriel.....	138
Activité 4 : Surveillance et analyse des résultats.....	139
Tâches pour les participants CAZE ciblés:.....	139
3.6. Promotion du Marketing sur les réseaux sociaux (Canva et Instagram).....	140
Plan d'activités non formelles pour les jeunes CAZE (13-35 ans) :.....	145
Activité 1 : Introduction à SMM et Canva.....	145
Activité 2 : Pratique de Canva.....	145
Activité 3 : Stratégies de promotion Instagram.....	145
Activité 4 : Création de contenu et interaction avec le public.....	146
Activité 5 : Évaluation et amélioration de la campagne.....	146
Tâches à effectuer pour les participants ciblés de CAZE :.....	146
Quiz : Promotion du marketing des médias sociaux (Canva et Instagram).....	147
Gamification.....	149
Atelier sur la ludification et le marketing pour les jeunes CAZA :.....	150
Tâche : Gamification dans le marketing en ligne.....	150
Ressources:.....	151
Module 4: Start Selling Online.....	153
4.1. Introduction et pratique de la plateforme de commerce électronique Ecwid.....	153
À propos d'Ecwid.....	153
Caractéristiques d'Ecwid.....	153



Prix d'Ecwid.....	154
Avantages et inconvénients d'Ecwid.....	155
Avantages:	155
Contre:	157
Conclusion:	157
Plan de leçon :	158
Titre : Commencez à vendre en ligne avec Ecwid pour les personnes ayant moins d'opportunités.....	158
Documents et ressources :	159
4.2. Créer un logo (canva.com).....	160
Introduction:	160
Plan de leçon :	162
Titre : Créer un logo avec Canva pour les personnes ayant moins d'opportunités	162
Documents ou ressources :	164
4.3. Prendre et télécharger des photos du produit	164
Pourquoi est-ce si important ?	164
Plan de leçon :	165
Titre : Prendre et télécharger des photos sur la plate-forme de commerce électronique Ecwid.....	165
Handouts or Resources:	167
4.4. Configurer les détails du produit.....	167
Introduction	167
Plan de leçon :	169
Titre : Création d'une équipe de référencement de produits	169
Documents ou ressources :	170
4.5. Comment modifier les informations	171
Introduction	171
Plan de leçon :	172
Titre : Mise à jour des informations sur les produits dans Ecwid	172
Documents ou ressources :	173
4.6. Comment savoir si votre produit est vendu ?.....	173
Introduction	173
Plan de leçon :	175
Titre : Détective des ventes de produits.....	175



Documents ou ressources :.....	176
4.7. Livraison.....	176
Introduction	176
Plan de leçon :	179
Titre : Jeu de simulation d'expédition	179
Documents ou ressources :	180



JEUNESSE CAZE – ARTISANAT ETHNIQUE, un outil de formation complet conçu pour donner aux jeunes travailleurs les connaissances et les compétences nécessaires pour exceller dans les domaines du commerce électronique et de l'artisanat. Ce programme vise à vous doter de l'expertise nécessaire pour guider et aider les jeunes à transformer leurs loisirs en entreprises rentables durables. Tout au long de cette formation, vous découvrirez divers modules qui couvrent les aspects essentiels de l'artisanat, des plateformes de commerce électronique, de la gestion financière, du marketing en ligne et du processus de démarrage d'une entreprise d'artisanat en ligne. Fixer les objectifs et les résultats d'apprentissage de la formation pour aider les artisans à atteindre un bon niveau de compétences numériques afin de gérer leur propre activité entrepreneuriale avec une meilleure réinsertion dans la société et sur le marché du travail.

INTRODUCTION

Les artisans occupent une place particulière dans l'espace économique des pays participants. Dans un contexte stratégique, il est prévu qu'une large interaction de toutes les parties intéressées mette en avant le secteur artisanal parmi les facteurs de développement innovant, améliore la structure sectorielle de l'économie et agisse comme un moteur des transformations sociales et assure un niveau d'emploi constamment élevé.



Crédit : sauf indication contraire, cette image et les suivantes ont été prises dans le domaine public uniquement pour illustrer le contenu d'OI de notre projet et ne poursuivent aucun objectif commercial.



Dans les conditions économiques modernes, les artisans n'ont pas suffisamment d'activité d'innovation et d'investissement, un potentiel de développement non réalisé. Dans la transition de l'économie traditionnelle à la voie numérique, les technologies de services et les plateformes numériques agissent comme des éléments clés dans le mécanisme de fonctionnement des sujets des artisans. Des études sur le développement des artisans menées par des scientifiques en lien avec les tendances de l'économie numérique démontrent que l'efficacité du système de soutien aux artisans dépend de leur utilisation des capacités de l'infrastructure de l'information, de solides compétences dans le domaine de la culture d'entreprise numérique, de la formation et de la reproduction de la meilleure expérience régionale dans la mise en œuvre de solutions de plateforme.

Parmi les problèmes urgents du développement des artisans causés par la numérisation, on note l'incompétence des entrepreneurs et les difficultés d'introduction de nouvelles technologies. Dans ce contexte, les enjeux de la maîtrise des compétences de travail des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les artisans sont mis en avant. Les tendances du développement de l'économie numérique dictent la nécessité d'une augmentation généralisée de la littératie numérique, y compris des artisans. Comme le montre l'émergence de la pratique de l'utilisation des concepts de « compétences TIC » et de « compétences numériques », en ce qui concerne les artisans, leur interprétation fusionne les caractéristiques individuelles et collectives (organisationnelles).





Le terme « compétences numériques » s'est répandu presque en même temps que le terme « économie numérique ». Les compétences numériques sont définies comme des comportements automatisés bien établis basés sur les connaissances et les compétences dans l'utilisation d'appareils numériques, d'applications de communication et de réseaux pour accéder à l'information et la gérer. Les compétences numériques vous permettent de créer et de partager du contenu numérique, de communiquer et de résoudre des problèmes pour une réalisation de soi efficace et créative dans l'apprentissage, le travail et les activités sociales en général. Les compétences numériques ont leur propre cycle de vie, coïncidant avec les cycles de vie d'un employé ou d'un lieu de travail particulier. De nature dynamique, les compétences numériques sont classées en fonction de leur finalité et de la nature de leur utilisation. Les compétences de toute nature se forment sur la base des composants de base et dans les conditions de l'économie numérique. Par conséquent, ils ne sont plus le produit final du processus éducatif.

La demande de compétences numériques devient massive et en même temps systémique et ciblée. L'étude de l'OCDE (2019) énonce les principales priorités pour développer les compétences recherchées dans le contexte de la mondialisation et de la numérisation qui accélèrent.





Premièrement, il semble nécessaire de fournir des compétences de base en TIC aux étudiants dans et en dehors des établissements d'enseignement. Une importance particulière est également accordée à l'acquisition de compétences sur le lieu de travail, ainsi qu'au respect de leur profil, par exemple dans le domaine de la santé, de l'industrie, de l'agriculture, etc.

Deuxièmement, dans cet ordre d'idées, le système éducatif peut jouer le rôle le plus important, à savoir l'identification et l'évaluation des besoins en compétences TIC.

Troisièmement, les flux de travail performants tels que le travail d'équipe, l'agilité, le télétravail et l'apprentissage amélioreront la compétitivité d'une entreprise particulière ou de sa communauté.

Quatrièmement, un autre domaine prioritaire est l'établissement des exigences des employeurs en matière de compétences des employés actuels et des nouveaux employés.

Cela met en évidence la demande de littératie numérique dans un environnement économique en évolution rapide. On estime que les personnes employées dans l'économie numérique doivent avoir les compétences et les capacités nécessaires pour créer et traiter de grandes quantités d'informations, avoir une pensée systémique et critique, être flexibles et s'adapter aux nouvelles informations, être créatives, comprendre l'essence des phénomènes et des processus en cours de nature multidisciplinaire, prendre des décisions sur une base multicritère. être capable d'identifier et de résoudre les problèmes dans la nouvelle réalité numérique.

Il convient de dire que la mise en œuvre réussie d'une idée d'entreprise par les artisans ne dépend pas toujours de l'utilisation des technologies numériques. Les principaux avantages concurrentiels des artisans dans l'économie numérique sont le personnel qualifié, l'accès à l'information et la disponibilité de plateformes numériques pour faire des affaires. Aujourd'hui, l'infrastructure des TIC offre de grandes opportunités de développement et impose en même temps la dynamique du changement numérique.



Par conséquent, il est nécessaire de repenser davantage la stratégie ou la transformation numérique des modèles d'affaires sous l'influence des facteurs suivants :

1. la formation de communautés intelligentes dans l'environnement des affaires ;
2. le renforcement du rôle des réseaux sociaux ;
3. développement intensif du marché des produits informatiques ;
4. individualisation des modèles numériques de consommation, etc.

Les résultats de l'enquête auprès des artisans et leur perception des TIC montrent que les avantages potentiels des TIC sont largement perçus comme un outil de sensibilisation au marché, de durabilité et d'expansion des entreprises, plutôt que comme un objectif ouvert de croissance. Certaines personnes interrogées perçoivent les TIC comme un fardeau administratif. Après un examen plus approfondi de cette question, il a été déterminé que la raison en est l'inadéquation entre les compétences requises pour résoudre les tâches managériales et opérationnelles et le rythme de la numérisation des activités et leur portée.

En théorie, on distingue les modèles dynamiques et statiques. Tout d'abord, le contenu des TIC est en constante évolution, l'entreprise investit activement dans des solutions numériques. Le deuxième modèle est basé sur l'investissement initial dans les TIC et l'exploitation ultérieure.



Il est déterminé que le choix du modèle dépend à la fois du type d'activité des artisans visés et de leur appartenance territoriale.

L'intensification du débat sur les compétences des artisans en matière de TIC est due à la large couverture de l'économie numérique dans presque toutes les sphères de la vie humaine. À cet égard, il est nécessaire de se concentrer sur l'élargissement et la rationalisation des sources de formation des compétences pertinentes, une évaluation différenciée de leur impact et de leurs conséquences sur certains types d'activités entrepreneuriales. D'après les résultats de l'étude, nous avons identifié les sources suivantes de formation aux compétences numériques :

1. Programmes d'éducation. La couverture des artisans dans les pays participants par des programmes éducatifs à court et à long terme est assez large. Cependant, les représentants du secteur artisanal ne sont pas toujours prêts à améliorer leur niveau professionnel dans le domaine des technologies numériques, et à s'auto-éduquer, même à titre gratuit. Malgré cela, le segment de l'enseignement à distance prend activement de l'ampleur, l'offre dépasse sans aucun doute la demande.
 2. Plateformes de développement des affaires sur Internet. Leur rôle est assez important dans l'économie numérique. Chaque plateforme offre un soutien de conseil et d'information aux artisans, la possibilité d'obtenir des consultations en ligne sur les activités commerciales et l'inclusion dans les programmes de développement territorial, etc.
 3. Faire appel à des spécialistes externes du numérique. Le conseil numérique est l'un des types de services de conseil les plus recherchés par les artisans et les autorités. Les informaticiens peuvent être un maillon auxiliaire dans la mise en œuvre de solutions digitales « ponctuelles » (création d'un site web, maintien et promotion de produits, d'œuvres et de services sur Internet), élaboration et détail de la stratégie de digitalisation d'une entreprise, etc.
1. Disponibilité d'infrastructures de base, en tenant compte des spécificités régionales ou locales. À l'heure actuelle, en plus des mesures générales de soutien, des programmes et des projets locaux sont mis en œuvre, il s'agit d'un réseau d'incubateurs d'entreprises, de parcs industriels et industriels, et de la création de préférences pour les artisans dans les zones rurales.



Ainsi, les effets de l'économie numérique devraient contribuer à accroître l'activité d'innovation et à créer un climat d'affaires favorable au secteur des artisans et à l'initiative entrepreneuriale, en attirant les citoyens les plus actifs et les plus mobiles avec une pensée créative et un fort potentiel d'interaction sociale avec la sphère des artisans.

MODÈLES DE COMPÉTENCES NUMÉRIQUES

Les activités de la CN dans le domaine du développement des compétences numériques de la population sont basées sur le modèle européen de compétences numériques pour l'éducation (Cadre de compétences numériques de l'UE pour les éducateurs) Les compétences numériques sous-jacentes aux compétences numériques peuvent être divisées en compétences d'utilisateur et professionnelles Les compétences d'utilisateur comprennent à leur tour des compétences de base et des compétences dérivées.

Compétences numériques personnalisées:

1.1. Les compétences numériques de base sont liées à la littératie fonctionnelle dans l'utilisation d'appareils et d'applications électroniques. Ils sont essentiels à l'accès et à l'utilisation des appareils numériques et des services en ligne, ce qui est essentiel pour chaque individu. Il s'agit notamment de la capacité de travailler avec divers appareils techniques, des fichiers, Internet, des services en ligne, des applications. Il peut également s'agir d'habiletés psychomotrices, comme la capacité à taper sur un clavier (développement de la motricité fine) ou à travailler avec des écrans tactiles (développement des gestes).

1.2. Les compétences numériques dérivées sont liées à la capacité d'appliquer consciemment les technologies numériques dans un contexte pertinent de la vie quotidienne et sur le lieu de travail. L'acquisition de ces compétences vise l'utilisation efficace et significative des technologies numériques et l'obtention de résultats pratiques. Ici, les compétences créatives sont importantes pour travailler dans les applications en ligne et les services numériques (réseaux sociaux, messageries instantanées, portails d'information), la capacité à créer du contenu numérique et, en général, la capacité à travailler avec l'information - pour collecter, structurer, valider, stocker et protéger les données.

1.3. Des compétences numériques professionnelles spécialisées associées à la résolution régulière de problèmes professionnels complexes dans l'environnement numérique -



compétences qui sous-tendent les métiers de haute technologie (programmeurs, développeurs, concepteurs de sites web, analystes de données massives, etc.). Pour leur développement, vous devez obtenir une éducation spécialisée. Cela peut également inclure la capacité à travailler en équipe, la créativité, la pensée critique.

COMPÉTENCES NUMÉRIQUES DES ARTISANS : CONTENU, FORMATION, APPLICATION



Cours en ligne « Activité d'évaluation dans le domaine de la bijouterie, du prêteur sur gages et de l'antiquité »

Nous précisons les compétences numériques qui, à notre avis, peuvent être appliquées dans les activités professionnelles d'un artisan. L'analyse de l'activité artisanale montre un grand nombre de ses différents aspects. Les composantes opérationnelles, technologiques, entrepreneuriales, sociales, psychologiques, pédagogiques et culturelles de l'artisanat se complètent. Le rapport de ces composants varie en fonction du problème résolu par le maître. Dans ce cas, la tâche prioritaire est de déterminer une combinaison raisonnable des différentes composantes de l'activité artisanale et des possibilités d'utilisation des technologies numériques dans le travail manuel. Il serait erroné de refuser les possibilités que l'informatique offre à quiconque.

Par conséquent, le premier domaine de compétence numérique - « l'information et la maîtrise de l'information », qui comprend les compétences de visualisation, de recherche de données, d'évaluation et de gestion de l'information et du contenu numérique - peut être utilisé par un



artisan pour rechercher les informations préparatoires et de référence nécessaires, visualiser un travail artisanal similaire à ceux effectués en maître, étudier le travail des concurrents et l'état du marché des services artisanaux. Le deuxième domaine de compétence numérique - « communication et coopération » - peut être inclus dans les activités de l'artisan dans un éventail assez large. Il contient des compétences et une netiquette en matière de communication et de partage numérique qui s'appliquent aux situations suivantes:

- a. Recherche de clients de produits artisanaux, communication avec les clients via Internet, e-mail ; visionnement conjoint avec les parties intéressées des collections vidéo déjà réalisées par l'artisan ;
- b. surveillance vidéo des travaux, en raison de l'éloignement, de l'emploi du client, ou de son désir d'apporter des ajustements en cours de travaux ;
- c. utiliser les capacités des services numériques gouvernementaux, par exemple, pour obtenir des renseignements personnels sur l'ancienneté, la présentation d'états financiers, le paiement d'impôts, etc.

Le troisième domaine de compétence numérique - « création de contenu numérique » - comprend la connaissance du droit d'auteur et des licences ; compétences en matière de développement, d'intégration et de perfectionnement de contenu numérique. Les technologies numériques sont largement utilisées à l'étape de la conception des produits (conception, réalisation de schémas, dessins, mises en page, calculs, budgétisation, contrats, etc.). Le choix d'un logiciel spécifique dépend en grande partie du contenu de l'activité artisanale et de l'état de la numérisation dans une petite entreprise artisanale. En raison de l'utilisation généralisée de la technologie informatique pour répondre aux besoins quotidiens des ménages, les clients potentiels se familiarisent souvent avec une image vidéo du produit artisanal requis (robe cousue, maison construite, bijoux fabriqués, réparations effectuées, etc.)

Pour renforcer l'effet publicitaire, à côté de l'objet vidéo, les données personnelles du master, de la licence ou du droit d'auteur (le cas échéant) et les informations de garantie sont indiquées. Avec l'équipement informatique, les logiciels, les connaissances et l'expérience appropriés, le maître peut effectuer lui-même un travail numérique, et si des conditions particulières sont présentées pour la qualité du travail numérique, il peut se tourner vers des concepteurs, des planificateurs et des estimateurs professionnels (entrepreneurs).



Le quatrième domaine de compétence numérique - « sécurité » - couvre la connaissance des mesures de sécurité, de la fiabilité et de la confidentialité des informations ; compétences pour protéger les données personnelles et protéger la santé humaine lors de l'utilisation des technologies numériques.

Le cinquième domaine de compétence numérique - la « résolution de problèmes » - comprend les compétences nécessaires pour identifier les problèmes techniques et les résoudre lors de l'utilisation d'appareils et d'environnements numériques ; l'utilisation créative des technologies numériques dans les activités quotidiennes et professionnelles ; la capacité d'identifier les lacunes dans leurs propres compétences numériques et de rechercher des opportunités de développement personnel. Les compétences numériques répertoriées nous rapprochent du modèle de référence de l'artisan. Les recherches montrent qu'aujourd'hui, les étudiants n'ont qu'une note moyenne de compétence numérique.



Il est nécessaire de former des compétences numériques par l'auto-apprentissage et l'auto-organisation, où l'activité incombe aux apprenants eux-mêmes, ils déterminent la vitesse et la structure du processus d'apprentissage et choisissent leurs propres parcours d'apprentissage, à travers lesquels ils développent des compétences numériques qu'ils jugent pertinentes pour eux-mêmes.

Une approche d'apprentissage intégré au travail est nécessaire, c'est-à-dire que l'acquisition effective des compétences se fait dans le travail réel : les étudiants développent leurs



compétences dans l'utilisation spécifique des technologies numériques, non seulement apprennent, mais participent également activement à la transformation numérique d'une petite entreprise artisanale.

Envisager une approche axée sur les projets pour la formation des compétences numériques d'un artisan par le biais d'un apprentissage autonome.

L'activité artisanale se concentre principalement sur la fabrication d'un produit artisanal : son projet numérique sous forme de photographie, de vidéo, de schéma, de mise en page ou de dessin est créé de manière autonome à l'aide de logiciels spéciaux et vise à utiliser les technologies numériques au stade de la conception, de la conception d'un produit artisanal et (ou) de sa mise en œuvre à l'étape finale. Il est important que les projets d'apprentissage numérique auto-sélectionnés soient justifiés et corrélés avec le flux de travail réel pour la fabrication d'un artisanat, que les modifications apportées au projet numérique soient contrôlées par les étudiants eux-mêmes et que les experts impliqués soutiennent et coordonnent les activités des participants.



Des formes de formation peuvent être:

1. Auto-apprentissage grâce à des cours en ligne;
2. l'apprentissage mutuel, en fonction duquel les étudiants qui réussissent le mieux à maîtriser les logiciels modernes sont engagés avec leurs collègues ; Il peut s'agir, par



exemple, de consultations en ligne, d'échanges d'expériences par le biais de l'environnement numérique;

3. Dans le cas de l'apprentissage de groupe simulé, le groupe d'étude se réunit virtuellement à intervalles réguliers pour échanger des informations sur l'expérience acquise dans les projets d'apprentissage, l'évaluer, la relier à des positions théoriques et planifier les prochaines étapes.

La mise en œuvre de projets éducatifs s'apparente au processus de résolution des difficultés professionnelles au niveau d'actions spécifiques. Le soutien au processus d'apprentissage dépend des participants et non l'inverse. Les experts fournissent un soutien situationnel lorsque les participants rencontrent et posent des questions spécifiques dans leur pratique. Les solutions toutes faites ne sont pas portées à l'attention des étudiants de l'extérieur, mais sont développées conjointement, dans le cadre d'un processus de discussion. Pour que l'expérience et les compétences acquises grâce à la formation puissent être identifiées, un processus d'évaluation et de réflexion est nécessaire, à travers lequel l'augmentation des compétences est confirmée.

Le processus d'apprentissage se termine par une évaluation individuelle des compétences de l'élève sur la base de son travail autonome dans le cadre de projets éducatifs. L'évaluation se déroule en trois étapes.

Première étape

Présentation du projet pédagogique. Les élèves décrivent leurs activités liées aux technologies numériques, ce qu'ils ont fait spécifiquement, les tâches qu'ils ont effectuées et les étapes et décisions qu'ils ont prises.

Deuxième phase

L'identification des difficultés dans la mise en œuvre du projet. Les élèves décrivent les problèmes survenus au cours de la mise en œuvre du projet, les points clés du processus de résolution des difficultés émergentes, ce qui a changé dans l'activité, ce qui a été facile pendant la mise en œuvre du projet, et ce qui a dû être traité et demandé de l'aide.

Troisième étape

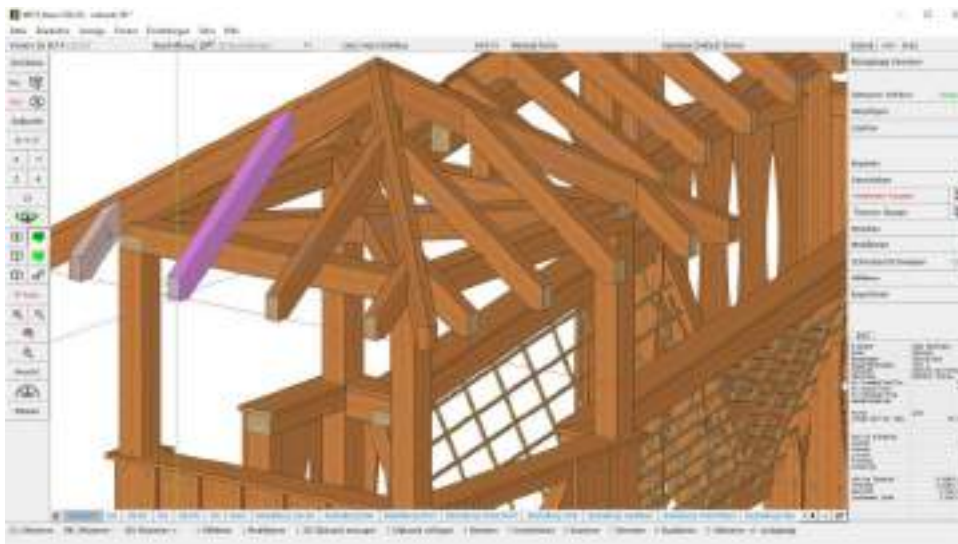
Fixer les compétences. Sur la base de la réflexion, les élèves déterminent ce qu'ils ont appris de nouveau, quelles compétences ils ont acquises, quelles compétences sont particulièrement



pertinentes lors de l'exécution de tâches professionnelles et démontrent clairement les compétences acquises à l'aide d'exemples concrets. Les experts ne participent pas à l'évaluation des compétences, leur tâche est de soutenir le processus de réflexion des étudiants à l'aide de questions, d'introduire des aspects manquants dans le processus d'apprentissage à un moment ou à un autre, en fournissant leurs propres observations et recommandations.

Le résultat de l'évaluation est la capacité des élèves à parler de leur apprentissage de manière autonome et à présenter les résultats à des tiers, à assumer la responsabilité personnelle du processus de développement des compétences. Le résultat de la formation des compétences numériques est leur application pratique dans le travail.

Pour les artisans dans le domaine de la menuiserie et de la production de meubles, il peut s'agir de l'utilisation de programmes informatiques spéciaux « Cadwork 3D-Joiner », « T-FLEX Furniture », « Sweet Home 3D », pour les spécialistes de la toiture - l'utilisation de drones autonomes pour analyser l'état des toits et les mesures, pour les artisans du secteur de la construction, l'introduction de solutions numériques intégrées dans des domaines tels que l'électrotechnique, la ventilation, la climatisation, le chauffage et la plomberie ;



Il ne fait aucun doute que l'utilisation des technologies numériques promeut les produits et offre un avantage concurrentiel sur le marché. Les entreprises artisanales doivent non seulement investir dans l'aspect technique de leurs activités, mais aussi appliquer des solutions numériques qui leur permettent de fournir des services supplémentaires sous la forme de consultations individuelles, de transferts de marchandises attrayants et d'un service irréprochable, qui contribuent à l'organisation d'une approche individuelle et à une



communication directe réussie avec les clients. Les technologies numériques qui offrent une approche personnalisée aux clients à distance, augmentant la précision de la conception et de la fabrication de l'artisanat, augmenteront la valeur des activités artisanales. Les activités artisanales changeront certainement avec l'introduction des technologies numériques, mais en même temps, bien sûr, elles resteront un secteur important dans l'économie des pays participants.

Un modèle de cours en ligne développé sur la base d'une enquête auprès d'artisans (août 2022)

Les bases du marketing Internet pour les artisans



5 heures / 15 leçons

Aujourd'hui, presque aucun artisan, quel que soit son domaine d'activité, ne peut se passer d'Internet pour sa promotion. Le marketing Internet est l'une des professions les plus demandées aujourd'hui qui combine la créativité, l'analyse et le travail avec les chiffres.

Programme de formation

Objectifs:

1. Présenter des métiers d'art spécifiques à différents pays : Découvrez la riche diversité des métiers d'art de différents pays, vous permettant d'apprécier le patrimoine culturel et d'identifier des techniques artisanales uniques.
2. Présenter les matériaux et leurs caractéristiques : Comprendre les différents matériaux utilisés dans l'artisanat, leurs propriétés et leur influence sur le produit final. Ces



connaissances vous aideront à guider les jeunes dans le choix des matériaux appropriés pour leurs créations.

3. Familiarisez-vous avec le processus des différents métiers d'art : Explorez les processus étape par étape impliqués dans divers métiers, ce qui vous permettra d'enseigner et d'aider les jeunes à maîtriser efficacement ces techniques.
4. Comprendre comment estimer le prix d'un article artisanal : Apprenez les principes de tarification de l'artisanat, en tenant compte de facteurs tels que les matériaux, la main-d'œuvre, la demande du marché et la concurrence. Cette compétence permettra aux jeunes de fixer des prix concurrentiels pour leurs produits faits à la main.
5. Familiarisez-vous avec la budgétisation : Développez une compréhension des techniques de budgétisation pertinentes pour le commerce électronique et les entreprises artisanales. Acquérez les connaissances nécessaires pour aider les jeunes à planifier et à gérer efficacement leurs finances.
6. Remarquez les caractéristiques des articles astucieux et des plateformes de commerce électronique : identifiez les principales caractéristiques et caractéristiques des articles astucieux qui plaisent aux clients. De plus, explorez les fonctionnalités et les outils offerts par les plateformes de commerce électronique pour améliorer la présentation des produits et augmenter les ventes.
7. Entraînez-vous à télécharger des articles et à les définir sur la plateforme de commerce électronique : Acquérez une expérience pratique du téléchargement d'articles d'artisanat sur une plateforme de commerce électronique. Apprenez à créer des descriptions de produits convaincantes, à sélectionner les catégories appropriées et à optimiser les fiches pour une meilleure visibilité.
1. Utilisez différentes caractéristiques des concepts de prix et de plates-formes de commerce électronique : Explorez les caractéristiques et fonctionnalités avancées des plates-formes de commerce électronique qui aident à fixer efficacement les prix de l'artisanat. Apprenez à tirer parti des stratégies de tarification et à utiliser les outils de la plateforme pour améliorer les ventes et l'engagement des clients..



Module 1 - Trouvez votre métier

Dans ce module, vous explorerez un large éventail d'artisanats, chacun accompagné d'une description détaillée des matériaux, des processus, des compétences requises et du coût des matériaux. De plus, vous aurez un aperçu du concept de recyclage des matériaux, soulignant ainsi l'importance des pratiques durables dans le monde de l'artisanat. De plus, le module introduit le concept d'art-thérapie et d'artisanat, en fournissant une compréhension de son objectif, d'une variété d'activités et de techniques thérapeutiques.

1.1. Mettez votre imagination en bouteille

1.2. Bol à boutons

1.3. Pot de fleurs en liège

1.4. Sous-verre en résine

1.5. Savon

1.6. Bijoux fantaisie

1.7. Art-thérapie et artisanat



Module 2 - Connaître sa valeur

Ce module se concentre sur le paysage du commerce électronique et ses fonctionnalités. Vous serez présenté à quatre plateformes de commerce électronique de premier plan spécialement conçues pour l'artisanat. Chaque plate-forme sera décrite en termes de facilité d'utilisation, de facilité de navigation et d'opportunités qu'elle présente pour les individus de monétiser leurs créations artisanales. De plus, vous aurez un aperçu de la gestion financière, y compris les techniques de budgétisation pour les petites entreprises artisanales, la compréhension des



marges bénéficiaires et des considérations telles que les frais de plate-forme et les coûts de transport.

2.1. Commerce électronique pour l'artisanat:

A. Shopify

B. Etsy

C. Amazone fait à la main

D. Catejoy

E. Chariot Hyena pour les produits respectueux de l'environnement

F. iCraft

2.2. Gestion financière

2.3. Le budget

2.4. Bénéfice

Module 3 - Marketing en ligne et médias sociaux

Dans ce module, vous explorerez le domaine du marketing en ligne et des médias sociaux en tant qu'outils puissants pour promouvoir et vendre des produits artisanaux. Les sujets abordés comprennent l'analyse Web, la publicité contextuelle, la promotion SEO, le marketing de contenu, le marketing par e-mail et la promotion SMM (à l'aide d'outils tels que Canva et Instagram). En maîtrisant ces techniques, vous améliorerez votre capacité à attirer des clients et à stimuler les ventes.

3.1. Analytique Web

3.2. Publicité contextuelle. Pratique directe et verbale

3.3. Promotion SEO

3.4. Marketing de contenu

3.5. Marketing par e-mail

3.6. Promotion SMM (Canva et Instagram)



Module 4 - Commencer à vendre en ligne

Ce module est dédié aux aspects pratiques de la création d'une entreprise artisanale en ligne. Vous serez présenté à une plate-forme de projet où vous pourrez établir votre présence en ligne. Des instructions étape par étape vous guideront tout au long de la création d'un compte, y compris la fourniture des données nécessaires et des détails de l'adresse de livraison. De plus, vous apprendrez à créer un logo captivant, à capturer et à télécharger des photos de produits professionnelles à l'aide d'un programme gratuit disponible en plusieurs langues. Le module couvrira également la configuration des détails du produit, y compris les descriptions et les prix. De plus, vous apprendrez à modifier les informations sur les produits, à suivre les ventes et à gérer la logistique d'expédition.

4.1. Introduire une plateforme de commerce électronique

4.2. Créer un compte

4.3. Créer un logo

4.4. Prendre et télécharger des photos du produit

4.5. Paramétrer les détails du produit (description et prix)

4.6. Comment modifier les informations (prix, nom)

4.7. Comment savoir si votre produit est vendu ?

4.8. Expédition



Qu'obtiendrez-vous en conséquence ?

En vous engageant avec JENESSE CAZE – ARTISANAT ETHIQUE, vous développerez un ensemble complet de compétences qui combine une compréhension approfondie de l'artisanat, des plateformes de commerce électronique, de la gestion financière et du marketing en ligne. Armé de ces capacités, vous serez bien préparé pour guider et encadrer les jeunes dans leur quête d'entreprises d'artisanat en ligne prospères. Préparez-vous à vous lancer dans ce voyage transformateur et à libérer le potentiel de la prochaine génération d'artisans et d'entrepreneurs !

Résultats

- Familiarisez-vous avec les informations sur les différents métiers, leurs matériaux et leurs processus
- Pratiquez des activités artisanales
- Prendre conscience de la valeur thérapeutique et sociale de l'artisanat
- Être capable d'estimer le coût de production d'un objet artisanal
- Être capable de fixer un prix pour un produit
- Comparez les prix de produits similaires sur les plateformes de commerce électronique
- Identifier les caractéristiques commercialisables de produits similaires (caractéristiques tendances)
- Être en mesure de créer un compte sur une plateforme de commerce électronique
- Être capable de télécharger des photos d'un produit et une courte description
- Être en mesure d'éditer et de rééditer les informations sur la plateforme liées au produit qu'ils souhaitent vendre
- Familiarisez-vous avec les fonctionnalités de base d'une plateforme de commerce électronique



De nouvelles compétences



Les cours se déroulent sous forme de leçons vidéo et sont disponibles pour l'étude à tout moment qui vous convient.

Consolidation des connaissances dans la pratique



Pour consolider le matériel étudié et l'auto-examen dans chaque leçon du cours, des devoirs sont fournis.

Certificat de programme





À la fin du cours, vous recevrez un certificat qui confirme votre participation au cours tout en communiquant avec l'employeur.

RÉFÉRENCES:

Allen J., de Grip A. (2012). Does skill obsolescence increase the risk of employment loss? *Applied Economics*. (25). 3237-3245.

Jones P., Simmons G., Packham G., Beynon-Davies P., Pickernell D. (2014). An exploration of the attitudes and strategic responses of sole-proprietor micro-enterprises in adopting information and communication technology. *International Small Business Journal*. (32). 285-306. doi: 10.1177/0266242612461802.

OECD (2019), *OECD Skills Outlook 2019: Thriving in a Digital World*, OECD Publishing, Paris,

<https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>.



Module 1 - Trouvez votre métier

1.1 Mettez votre imagination en bouteille



Par Abarka ONGD le mois d'août 2022 www.abarka.org

Pourquoi cet artisanat a-t-il une signification dans votre pays/culture ? (Espagne/Turquie, etc.)

Cet artisanat est conçu pour réutiliser les bouteilles de vin ou de cidre, qui sont un déchet généré de manière assez régulière par les bars, les maisons et les restaurants. En 2021, chaque personne a consommé en moyenne environ 8,4 litres de vin en Espagne.

Rédigez 2 paragraphes :

Vous devriez décrire un peu d'histoire, de traditions, qui le faisait, qui le fait aujourd'hui

Ce projet est une initiative visant à donner une nouvelle vie aux matériaux que nous jetons le plus souvent, en gardant à l'esprit l'importance et les avantages de la réutilisation et du recyclage, en soulignant que cela contribue à éviter la détérioration de la planète par surproduction. Sans oublier qu'aujourd'hui, une grande quantité de déchets est produite, non seulement de verre, mais aussi de nombreux autres matériaux, tels que le plastique. Avons-nous déjà réfléchi à l'endroit où ces matériaux se retrouvent ? Ou que pourrions-nous faire, en tant qu'individus, pour réduire cette consommation ?



Compétences requises pour cet artisanat

Dans cette activité, il y a beaucoup de compétences différentes à travailler, car il s'agit d'une activité/artisanat plastique qui nous fait travailler avec nos mains et élaborer un produit ou une œuvre d'art. Différentes compétences peuvent être travaillées : la motricité fine, la créativité, la concentration, l'imagination, le perfectionnisme et donne à son tour la possibilité d'apprendre à coudre, broder et couper.

Processus - ce que vous devez réellement faire

Étape 1 : Rassemblez les bouteilles en verre et ayez à portée de main le matériel dont vous aurez besoin, à la fois pour décorer la bouteille et pour l'assembler.

Étape 2 : Une fois que vous avez le matériel prêt, vous devrez prendre un mètre pour mesurer les dimensions de la bouteille afin de pouvoir commencer à couper la corde.

Étape 3 : Connaissant les dimensions de la bouteille, commencez à couper la corde et mettez de la colle liquide autour de la bouteille pour coller la corde.

Étape 4 : Tenez la bouteille d'une main et de l'autre main, commencez à enrouler la corde autour de la bouteille, comme vous le souhaitez.

Étape 5 : Dans les endroits où il n'y a pas de corde, commencez à peindre/colorier à l'aide d'un pinceau ou, sinon, vous pouvez coller des morceaux de tissu de différentes couleurs ou du papier d'emballage.

Étape 6 : Pour finir, laissez sécher le flacon et une fois qu'il est sec et que vous souhaitez lui donner plus de brillance, appliquez le vernis à l'aide d'un pinceau épais.



Matériaux - quoi utiliser et où trouver les matériaux

Pour ce projet, vous aurez besoin des matériaux suivants :

- Ciseaux
- Colle
- Brosses
- Mètre ruban
- Bouteille en verre
- String (de différentes couleurs et textures)
- Tissus (différentes couleurs et textures)
- Papier d'emballage cadeau
- Peintures sur verre
- Vernis

Vous pouvez facilement acheter la plupart des matériaux dans un bazar et une école ou un magasin de fournitures d'art, il y a de fortes chances que vous en ayez déjà la plupart chez vous. Si vous n'avez pas de bouteille en verre, vous pouvez en demander une au bar ou au restaurant local. Le vernis sera probablement disponible dans votre quincaillerie locale.

Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez

Dans la réalisation de cette activité, nous pouvons clairement voir le pouvoir de donner une seconde vie à différents matériaux, car ce sont des choses que nous avons toujours à la maison, comme des bouteilles en verre, des bouts de papier ou des chutes de vieux vêtements. De cette façon, nous recyclons un objet dont nous pensions nous débarrasser parce que nous ne savions pas quoi en faire, créant ainsi un objet de décoration, qui n'implique aucune dépense économique.

Laissez-vous inspirer

Sur les photos ci-dessous, vous pouvez voir différentes variantes qui peuvent être faites avec cette bouteille :

Bouteilles remplies de coquillages de la plage :



Bouteilles remplies de sel peintes à la craie colorée ou au sable.



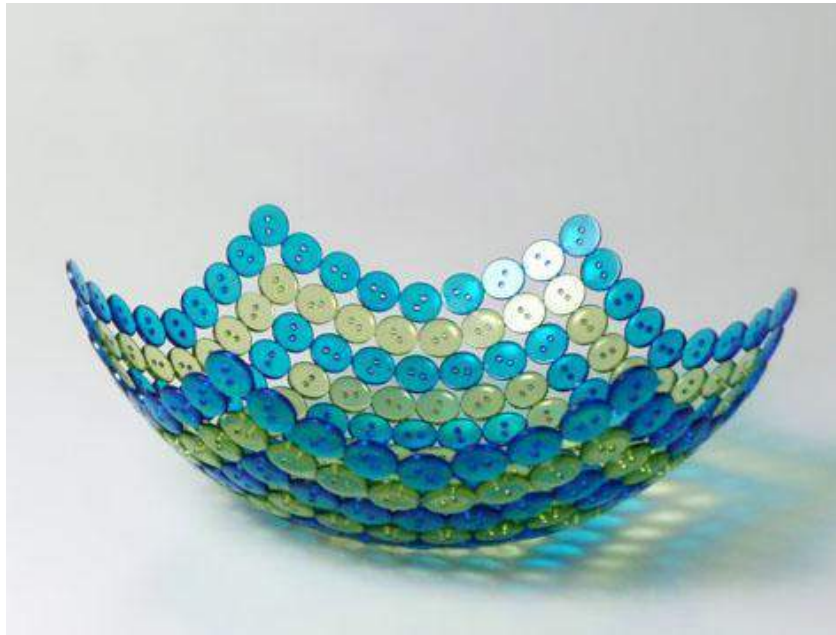
Bouteilles remplies de lumières :



Bouteilles avec messages :



1.2 Bol à boutons



Par Abarka ONGD sur août 2022 www.abarka.org

Combien d'entre nous ont des boutons dans leur maison dont nous ne savons pas d'où ils viennent ni quoi en faire ? Ici, nous proposons une bonne idée pour donner un exutoire à ces boutons qui errent dans la maison. Dans ce cas, ils seront utilisés pour la réalisation d'un bol, qui peut être utilisé à différentes fins, comme un bol à fruits ou un endroit pour laisser les clés.



Compétences requises pour cet artisanat

Il n'y a pas de compétence particulière requise pour faire cet artisanat. Dans cette activité, il y a beaucoup de compétences différentes à travailler, car il s'agit d'une activité plastique qui nous fait travailler avec nos mains et élaborer un produit ou une œuvre d'art. Différentes compétences peuvent être travaillées : la motricité fine, la créativité, la concentration, l'imagination, le perfectionnisme.



Processus - ce que vous devez réellement faire

Étape 1 : Nous prenons le ballon et le gonflons. Ensuite, nous coupons une bouteille en plastique en deux, dans laquelle nous placerons le ballon préalablement gonflé.

Étape 2 : À l'aide d'un pinceau, nous versons de la colle blanche sur le ballon.

Étape 3 : Nous allons commencer à coller les boutons sur le ballon. C'est le moment de penser à une combinaison de couleurs que nous voulons faire, l'une des choses les plus importantes est d'essayer de coller les boutons aussi près que possible les uns des autres.

Étape 4 : Nous ajoutons plus de colle au fur et à mesure que nous ajoutons les boutons sans laisser d'espace libre.

Étape 5 : Vous pouvez mettre un peu plus de colle sur le dessus des boutons avec un pinceau pour renforcer le bol.

Étape 6 : Laisser sécher entre 1 et 2 jours.

Étape 7 : Après ces jours et une fois qu'il est sec. Il faudra prendre un objet pointu pour piquer le ballon et le détacher progressivement des boutons.

Matériaux - quoi utiliser et où les trouver

Écrivez 2 paragraphes sur différents matériaux spécifiques à votre région ou quelque chose de facile à trouver pour tout le monde. Vous pouvez donner des conseils sur les matériaux qui fonctionnent le mieux, qui sont faciles à utiliser ou qui sont plus adaptés au produit final.

Pour cette activité, vous avez juste besoin d'un ballon, la taille dépendra de la taille du bol que vous souhaitez réaliser. Ensuite, vous aurez besoin d'une bouteille en plastique, il peut s'agir d'une bouteille de soda ou d'eau vide que vous avez à la maison. Le matériel le plus important dont vous aurez besoin est les boutons, vous pouvez utiliser ceux que vous avez à la maison ou en acheter des spécifiques pour le projet. La taille et la couleur des boutons dépendront de ce que vous voulez pour votre bol, vous pouvez les trouver dans n'importe quel bazar ou magasin de couture. Pour fabriquer le bol, vous aurez également besoin de colle blanche, vous pouvez la trouver dans n'importe quel bazar, magasin d'art ou de fournitures scolaires. Vous pouvez également y acheter un pinceau, une taille moyenne fera très bien l'affaire.



Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez

Rédigez 2 paragraphes :

Grâce à cette activité, vous pouvez voir qu'avec des choses simples que tout le monde a à la maison, et la plupart d'entre elles sans aucune utilité, vous pouvez créer un bel objet qui peut être très utile. Avec cette activité, vous pouvez donner une autre utilisation à des choses que vous auriez autrement jetées immédiatement.

1.3 Pot de fleurs en liège



Par Abarka ONGD le mois d'août 2022 www.abarka.org

Cet artisanat est conçu pour réutiliser les bouchons de vin ou de cidre, qui sont un déchet généré assez régulièrement par les bars, les maisons et les restaurants. En 2021, chaque personne a consommé en moyenne environ 8,4 litres de vin en Espagne. Les bouchons peuvent être utilisés dans le compost ou peuvent être recyclés, mais la plupart du temps, ils sont jetés.

Quoi de mieux que de décorer son jardin avec de beaux bouchons de liège ? Dans toutes les maisons et tous les lieux, les bouchons finissent toujours par apparaître, ceux dont on ne sait pas quoi faire. Dans l'activité suivante, nous proposons de profiter des bouchons que nous jetons toujours pour créer un élément décoratif, à la fois extérieur et intérieur.



Compétences requises pour cet artisanat

Imagination, liberté de création et très peu de matériaux : l'artisanat est une activité très abordable, seule ou en groupe pour se divertir et développer des compétences précieuses. Encourager les enfants à faire les choses par eux-mêmes apportera de nombreux avantages sur le plan du développement.

Encourager l'artisanat et le faire ne contribue pas seulement à améliorer la créativité, la patience, la concentration et la psychomotricité. Il réglera également les niveaux de stress, renforcera l'estime de soi et améliorera les compétences sociales et de travail d'équipe.

Processus - ce que vous devez réellement faire

Étape 1 : Collectez une bonne quantité de bouchons.

Étape 2 : Joignez les bouchons deux par deux, en créant une rangée, en les collant avec le pistolet à silicone.

Étape 3 : Une fois mis deux par deux, commencez à assembler la jardinière, pour cela, quatre de ces paires sont placées sur la table comme s'il s'agissait des piliers (une paire dans chaque coin), en position verticale.

Étape 4 : Prendre une autre paire de bouchons qui sera placée horizontalement entre deux des piliers. Répétez cette action entre chacun des piliers.



Étape 5 : Une fois la première rangée terminée, prenez le pistolet en silicone et commencez à coller les bouchons.

Étape 6 : Une fois que la base est solide, commencez à créer une autre rangée en suivant les étapes précédentes.

Étape 7 : Continuez à construire des rangées jusqu'à ce que la hauteur requise soit atteinte.

Matériaux - quoi utiliser et où les trouver

Pour ce projet, vous n'aurez besoin que de 3 choses : des bouchons, un pistolet à colle chaude ou de la colle transparente liquide et un cutter. Vous pouvez trouver le pistolet et le cutter dans un magasin d'artisanat ou de fournitures scolaires. Si vous n'avez pas de bouchons de liège chez vous, vous pouvez les récupérer dans les bars ou restaurants locaux.

Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez

C'est une belle façon de contribuer à l'environnement et donne à son tour la possibilité de travailler beaucoup de choses dans la réalisation de cette activité. Toujours donner de l'utilité aux objets qui se trouvent à n'importe quel endroit, ce qui n'est pas exploité.

Laissez-vous inspirer





1.4 Sous-verres en résine



Par Abarka ONGD le mois d'août 2022 www.abarka.org



Les résines époxy sont un système à deux composants composé d'une résine et d'un durcisseur. Le mélange des deux composants crée une réaction chimique de sorte que la résine liquide durcit progressivement en une consistance solide. Le résultat est une surface claire et brillante.

La tendance à l'utilisation de la résine dans l'art vient des États-Unis, du Canada et de l'Australie. En Europe, cette technique est encore peu connue mais certains artisans l'utilisent déjà pour fabriquer des bijoux. Avec la résine, il est possible de créer des œuvres d'art qui enchantent par leur clarté, leur luminosité, leur brillance et leur profondeur. Pour cela, des pigments de couleur ou d'autres additifs sont ajoutés à la résine.

Différents effets peuvent être créés, le type de coulée, les couleurs et les additifs. Même les artistes expérimentés en résine n'ont jamais fini d'apprendre. Si vous aimez expérimenter, vous allez adorer travailler avec la résine. La résine peut également être utilisée pour réaliser des dessins, des photos et des peintures (huile, acrylique, encre alcoolique, aquarelle, encre, techniques mixtes, etc.) en leur donnant une finition brillante et aussi pour les protéger des rayons ultraviolets et de l'usure.

L'artisanat en résine a récemment été mis à l'honneur car c'est quelque chose que tout le monde peut faire. Quoi de plus décoratif et utile qu'un beau sous-verre ? Ajoutez une touche décorative à votre maison et protégez vos meubles en bois en même temps. Personnalisez des sous-verres en résine DIY comme cadeau, ou créez simplement quelque chose pour le plaisir. La fabrication de sous-verres en résine est idéale pour les débutants et ne manquera pas d'éblouir tous ceux qui les voient.





Compétences requises pour cet artisanat

Pour ce projet, vous n'avez besoin d'aucune compétence spécifique, tout ce dont vous avez besoin, c'est d'un peu de patience et de beaucoup de créativité.

Processus - ce que vous devez réellement faire

Étape 1. Préparation

Assurez-vous d'avoir lu les instructions et d'avoir tout votre matériel prêt. N'oubliez jamais de travailler dans un espace bien ventilé et de porter l'équipement de protection, les gants et un respirateur requis. De plus, couvrez votre zone de travail avec une toile de protection ou un tapis pour éviter tout dégât.

Lorsque vous travaillez avec de la résine, il est toujours préférable de travailler dans un environnement avec une température chaude. 22°C à 23°C est la température idéale pour travailler. Préparez votre moule en le vaporisant avec un produit de démoulage de moisissure, utilisez votre doigt ganté ou votre brosse pour couvrir toute la surface du moule.

Étape 2. Mélanger et colorer la résine

Lisez toujours les instructions avant de mélanger votre résine. La taille du moule ainsi que si vous intégrez un article, déterminera la quantité de résine dont vous aurez besoin. La règle est de mélanger des quantités égales ou un rapport de 1 :1 de résine et de durcisseur. Par exemple, si vous avez besoin de 100 ml d'un mélange, vous devrez mesurer 50 ml de résine et 50 ml de durcisseur.

Utilisez deux tasses à mesurer jetables plus petites et versez-les dans une tasse plus grande. Prenez votre bâtonnet mélangeur et remuez soigneusement, en vous assurant de gratter le fond et les côtés de la tasse, ce qui aide à réduire le nombre de bulles. Remuez pendant environ 3 minutes jusqu'à ce que le mélange apparaisse clair.

Lorsque vous ajoutez de la couleur à votre résine, il est recommandé d'utiliser une marque de couleur conçue pour aller avec une résine spécifique. L'utilisation d'une autre marque de couleur pour votre résine peut entraîner des temps de durcissement différents et la couleur peut sortir différemment de ce à quoi vous vous attendez.



Une fois que vous avez mélangé la résine et le durcisseur, vous pouvez ajouter votre couleur. En fonction des effets que vous souhaitez, vous devrez bien mélanger pour obtenir une couleur unie.

Étape 3. Intégrer des éléments

Tout d'abord, choisissez ce que vous souhaitez intégrer dans votre résine. Les articles plats comme les capsules de bouteilles ou les pièces de monnaie sont des choix populaires. Ensuite, lorsque vous utilisez un moule en silicone, vous devrez décider de quel côté du sous-verre vous voulez être sur le dessus.

L'option la plus simple consiste à faire en sorte que le haut du dessous de verre soit du côté qui vous fait face. Vous pouvez facilement voir ce que vous faites, car vous intégrez les éléments vers le haut. Sinon, si vous choisissez le haut du côté du sous-verre, qui est le plus proche de la table, vous devrez intégrer vos articles à l'envers. Ce sera le cas d'un moule à rebord ou d'articles qui ont tendance à flotter.

Nous utiliserons le premier exemple en suivant la procédure. Tout d'abord, versez un peu de résine dans votre moule, cela aide à maintenir votre article en place. Ensuite, ajoutez une petite quantité de résine dans une tasse séparée, déposez l'article que vous souhaitez intégrer dans la résine et assurez-vous de recouvrir toute la pièce. Cela permet d'éviter que des bulles ne fassent surface lors de l'intégration de votre objet.

Une fois que votre objet a été enduit, placez-le dans la fine couche de résine de votre moule. Suivez la même procédure pour les autres objets que vous souhaitez incorporer. C'est à vous de décider où placer les éléments d'intégration ou d'inclusion. Ajoutez une autre couche de résine.

Note: Be careful not to move objects around too much, as this will cause bubbles to form. You can also push down any objects with a stick if they decide to float after more resin has been added.





Étape 4. Enlever les bulles

Vous pouvez éliminer les bulles d'air à l'aide d'une torche d'artiste ou même d'un cure-dent. Une fois que vous avez ajouté votre résine dans le moule, vous pouvez utiliser le chalumeau pour éliminer les bulles. Assurez-vous de ne pas tenir la torche au même endroit trop longtemps, continuez à la déplacer.

Étape 5. Couvrir et durcir.

Lorsque vous avez fini de verser votre résine, vous pouvez la laisser durcir. La résine peut être manipulée à environ 24 heures, mais pour durcir complètement, laissez agir pendant au moins 48 heures, et dans certains cas, même 72 heures. Pendant le durcissement, il est conseillé de couvrir votre travail afin que la poussière ou d'autres particules flottantes ne puissent pas pénétrer sur la surface.

Étape 6. Démoulage.

Si vous remarquez que la résine est encore pliable, n'essayez pas de la retirer du moule. En la manipulant à ce stade car cela pourrait le déformer et vous laisser avec un coaster qui n'est pas plat. Les moules en silicone ne posent généralement aucun problème et la résine durcie devrait sortir parfaitement.

L'utilisation d'un produit de démoulage facilite également le démoulage et prolonge la durée de vie de votre moule. Votre moule en silicone vieillira avec le temps, deviendra cassant et il peut éventuellement se déchirer si vous n'utilisez pas le démoulage.

Étape 7. Polissage de votre sous-verre époxy

Lors de l'utilisation d'un moule en silicone, la pièce en résine aura dans la plupart des cas une surface brillante après le moulage. Vous pouvez facilement utiliser du papier de verre à grain fin et poncer l'article à l'eau. Vous pourrez peut-être même laisser de côté la partie ponçage et n'utiliser qu'un vernis à la résine. Le vernis est facile à appliquer et offre une belle finition brillante.

Dans les cas où le moulage est sorti terne ou peut avoir de légères rayures, vous devrez poncer l'article à l'eau. Étant donné qu'un sous-verre est un objet relativement petit, cela peut facilement être fait à la main. Vous aurez besoin de papier de verre, du papier de verre grossier de grain 120 au papier de verre fin de grain 3000. Étant donné que vous le ferez à la main, un



porte-papier de verre vous sera utile. Pour les projets plus importants, vous voudrez peut-être envisager une ponceuse et une polisseuse électriques.

Source: <https://acrylgiessen.com/en/resin-coasters/>

Matériaux - quoi utiliser et où les trouver

Pour ce projet, vous aurez besoin des matériaux suivants :

- Résine
- En fonction de votre projet, vous souhaitez peut-être incorporer des éléments tels que des boutons, des coquillages ou tout autre objet approprié. Vous pouvez également ajouter des choses comme des paillettes ou du sable.
- Pigments de couleur
- Un produit de démoulage ou un substitut
- Gobelets mélangeurs jetables : 2 petits gobelets de 30 ml et un plus grand gobelet de 300 ml
- Bâtonnets d'agitation et bâtonnet de popsicle
- Paire de gants en nitrile et lunettes de sécurité
- Tapis de séchage ou de durcissement de la résine
- Torche portative ou d'artiste
- Cure-dents
- Chiffon pour nettoyer les dégâts
- Une boîte vide ou quelque chose pour couvrir les sous-verres pendant qu'ils durcissent
- Encore une fois, selon ce que vous voulez, une feuille de liège ou des tampons en caoutchouc autoadhésifs transparents pour l'arrière de vos sous-verres.
- Papier de verre fin

Vous pouvez acheter la résine en ligne sur amazon et vous pouvez également la trouver dans les magasins d'artisanat locaux, avec les moules, les pigments de couleur du tapis de durcissement et la torche d'artiste. Vous pouvez également vous procurer un kit de bricolage en résine.



Les autres matériaux sont faciles à trouver dans les bazars, les supermarchés ou les magasins de fournitures scolaires.

Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez

Pour ce projet, vous pouvez utiliser des fleurs ou des feuilles séchées, du sable, des coquillages, des boutons, des paillettes ou tout autre type d'élément décoratif que vous avez déjà à la maison et que vous ne savez pas comment utiliser.

Laissez-vous inspirer





Une fois que vous avez appris à travailler avec la résine, vous pouvez utiliser votre imagination pour créer d'autres choses, voici quelques inspirations :

Planches à découper :



Joaillerie:





Porte-clés



1.5 Savons DIY



Par Abarka ONGD le mois d'août 2022 www.abarka.org





Il fut un temps où le Pays Basque était le temple des produits d'entretien. En plus de l'entreprise biscayenne Chimbo, la seule encore basée à Bilbao, il y a les entreprises de Guipúzcoa Bilore et Lagarto.

L'entreprise la plus ancienne est Chimbo, fondée en 1863 par les frères José et Bartolomé Tapia Ugarte, qui l'ont ensuite laissée entre les mains de leur neveu Víctor Tapia Buesa. D'où le nom de l'entreprise « Antigua Jabonera Tapia y Sobrino ». Chimbo était un savon d'époque car il a été le premier en Espagne à être fabriqué en portions découpées à l'emporte-pièce pour un usage domestique.

De nos jours, nous utilisons tous des savons dans nos maisons et c'est un élément important de l'assainissement, qui a gagné en pertinence ces dernières années en raison de la pandémie de covid. Ces dernières années ont également vu une tendance à l'utilisation de savons artisanaux.

La fabrication de savon est un métier amusant et facile à maîtriser, à condition d'avoir le souci du détail et le savoir-faire nécessaire pour suivre attentivement les instructions. Une fois que vous avez appris à fabriquer du savon, vous pouvez commencer à expérimenter vos propres recettes maison et vous l'approprier !



Compétences requises pour cet artisanat

Le processus peut sembler écrasant au début, mais une fois que vous aurez fait vos premiers lots, ce sera une seconde nature. En vérité, apprendre à fabriquer son propre savon est simple



et ne comporte que quelques étapes du début à la fin. Pour ce projet, vous devrez porter une attention particulière aux détails, car il est important que chaque ingrédient soit mesuré correctement pour obtenir un savon de bonne qualité.

Mesures de sécurité

La lessive est un produit chimique puissant qui nécessite la plus grande prudence et le plus grand respect lors de la manipulation. Pour plus de sécurité, portez une paire de lunettes de protection, pour protéger vos yeux des éclaboussures, ainsi que des gants en caoutchouc ou en latex et des manches longues.

Ajoutez toujours de la lessive aux liquides, et non l'inverse, sinon cela peut avoir un effet volcan et faire des dégâts. Lorsque vous mélangez de la lessive dans de l'eau ou un autre liquide, elle devient très chaude rapidement et de fortes vapeurs se développent pendant quelques instants.

Ne respirez pas ces vapeurs directement. L'endroit idéal pour travailler est dans l'évier de votre cuisine, avec la fenêtre ouverte pour l'air frais.

Si vous avez de la lessive sur votre peau, rincez à plusieurs reprises avec de grandes quantités d'eau froide. Pour les brûlures de grande surface ou si vous en avez dans les yeux, rincez et consultez immédiatement un médecin.

Processus - ce que vous devez réellement faire

Rendement : 3 livres ou douze barres de 4 onces

Réduction sur la lessive : 15 %

Étiquette : Hydratant

Temps du début à la fin : 2 heures, 24 heures dans le moule, 4 à 6 semaines pour durcir

Parfum : Orange

Préparez à l'avance : Mélangez l'eau et le lait dans un grand récipient en verre, en plastique ou en acier inoxydable. Placez l'eau du lait au congélateur pendant 1 à 2 heures. Ce n'est pas grave si une gadoue se forme, tant qu'elle ne gèle pas. Plus votre eau de lait est froide, plus votre savon sera léger après l'ajout de la lessive.

Instructions:

1. Chauffer les graisses/huiles : Dans une grande casserole à feu moyen-doux, mélanger l'huile d'olive, le saindoux, l'huile de noix de coco, l'huile d'amande douce et la cire d'abeille. Chauffer jusqu'à ce qu'ils soient fondus et incorporés. Retirer du feu et laisser refroidir à 32-38°C.



2. Mélangez la lessive et l'eau : Mettez un équipement de protection comprenant un masque, des gants et des manches longues. À l'extérieur, versez très lentement seulement 1/4 de la lessive dans l'eau du lait et remuez jusqu'à dissolution. Laisser refroidir pendant 20 minutes. Répétez l'opération jusqu'à ce que toute la lessive soit dissoute dans l'eau du lait. Si le lait brunit encore, ne vous inquiétez pas. Votre savon sera simplement plus foncé. Laisser refroidir à 32-38°C. Si l'huile ou l'eau de lessive refroidissent à des vitesses différentes, vous pouvez utiliser un bain d'eau froide ou chaude dans l'évier.

3. Préparez le moule : Pendant que les huiles et l'eau de lessive refroidissent, tapissez le moule de papier sulfurisé.

4. Mélanger et porter à la trace : Lorsque les huiles et l'eau de lessive sont à environ 32-38 °C, versez l'eau de lessive dans le pot d'huiles. Utilisez un mixeur plongeant ou un batteur à main pour mélanger pendant 1 à 2 minutes, puis laissez reposer le mélange pendant 4 à 5 minutes. Répétez le mélange et le repos jusqu'à ce qu'il y ait une légère trace.

5. Mélangez des additifs naturels : Lorsque le savon atteint une légère trace, ajoutez les huiles essentielles et le miel et mélangez pendant 30 secondes.

6. Mouler le savon : Versez le mélange de savon dans le moule, couvrez d'un couvercle ou de papier sulfurisé pendant 24 heures. N'isolez pas à moins que votre maison ne soit en dessous de 24°C, puis isolez en plaçant une serviette autour des bords extérieurs pour éviter un gel partiel.

7. Couper et durcir : Retirer le savon du moule. S'il semble trop mou pour être retiré, attendez encore 12 à 24 heures avant de le retirer. Coupez le savon en douze barres de 4 onces. Laissez les barres durcir pendant 4 à 6 semaines.

Conseils : Le lait peut s'ébouillanter lorsque de la lessive est ajoutée. Placer l'eau du lait au congélateur jusqu'à ce qu'elle soit très froide permet d'éviter cela. Assurez-vous d'ajouter la lessive lentement. Il n'y a pas de mal à vraiment prendre son temps, en revenant toutes les 20 minutes pour en ajouter un peu plus. L'ajout de lait peut également rendre votre lot plus chaud que d'habitude, alors isolez légèrement une recette de lait avec une serviette si vous craignez d'obtenir un bon gel pour la couleur. Le miel peut également faire en sorte que le savon se trace plus rapidement, alors ajoutez-le et mélangez très bien juste avant de verser le savon dans le moule.

Source: <https://practicalselfreliance.com/goats-milk-honey-soap-recipe-beginners/>



Matériaux - quoi utiliser et où les trouver

- Balance numérique
- Thermomètre
- Petit récipient doseur, une tasse par exemple.
- Pichet résistant à la chaleur : Utilisez de l'acier inoxydable ou du plastique robuste. Certaines personnes utilisent du verre résistant à la chaleur, mais avec le temps, l'intérieur développe des faiblesses qui le rendent sujet à la casse, ce n'est donc pas recommandé.
- Pot à savon ou grand bol - c'est pour mélanger le tout. Il doit être en acier inoxydable, en plastique haute densité, en émail ou en céramique. N'utilisez pas d'aluminium ou de surfaces antiadhésives ; Ils réagiront mal avec de la lessive.
- Gants en caoutchouc, manches longues et lunettes de sécurité - Utilisez-les pour protéger vos mains, vos bras et vos yeux.
- Mixeur plongeant ou à immersion, cela réduit considérablement le temps d'agitation et est fortement recommandé. N'utilisez pas un batteur à main ordinaire avec des batteurs ; Cela ne fonctionne pas de la même manière.
- Ustensiles de mélange résistants à la chaleur - Utilisez des cuillères et des spatules en plastique ou en silicone robustes pour mélanger et gratter le savon dans le moule.
- Moules à savon
- Papier sulfurisé

Ingrédients

- 284 grammes d'huile d'olive
- 227 grammes de saindoux
- 227 grammes d'huile de noix de coco
- 115 grammes d'huile d'amande douce
- 57 grammes de cire d'abeille
- 114 grammes de lessive
- 227 grammes d'eau filtrée
- 114 grammes de lait de chèvre
- 29 grammes d'huile essentielle d'orange
- 1 cuillère à soupe de miel brut



Laissez-vous inspirer

Vous pouvez expérimenter d'autres recettes ou parfums.
Savon au cidre de pomme



Savon à la lavande





Savon à l'Aloe Vera



Savon aux agrumes



1.6 Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie

Bracelets, colliers, etc. personnalisés ou non pour les filles et pour les garçons à partir de différents matériaux dont des coquillages, des pierres naturelles, des perles de différentes sortes et des produits à recycler.



Par [Cercle Augustin d'Hippone – France](#) le mois d'août 2022

Pourquoi cet artisanat a-t-il une signification dans votre pays/culture ? (Espagne/Turquie, etc.)

La créativité n'a pas de limites et de nouveaux modèles de bijoux sont fabriqués chaque jour. La France se distingue par sa longue tradition dans la création artisanale en général et en particulier dans le domaine de la joaillerie. Le retour à la mode du fait main pousse de plus en plus de consommateurs en France à s'orienter vers des créations originales et artisanales.

Il ne s'agit pas seulement de la création de bijoux à partir de matières précieuses (or, argent, pierres précieuses...), la fabrication d'articles de bijoux fantaisie a également une grande part. Cette dernière consiste à créer des bijoux à partir de matières moins nobles (tissus, perles diverses, métaux non précieux, cuir récupéré ou non, etc.).



Compétences requises pour cet artisanat

La fabrication de bijoux est une activité non réglementée en France. Inutile donc de justifier d'une formation ou d'une expérience pour créer une entreprise indépendante dans ce domaine. De même, il n'est pas nécessaire de souscrire une assurance pour exercer cette activité.

Comme dans toute profession, des compétences et des connaissances sont nécessaires. La première étape consiste à déterminer quel type de bijoux créer et avec quels types de matériaux. Pour les bijoux fantaisie, l'apprentissage en autodidacte est tout à fait possible. Mais cela demande un peu de patience, une bonne dose de créativité et beaucoup de curiosité.

Une certaine connaissance des matériaux à utiliser et de l'endroit où les trouver est également nécessaire.

Processus - ce que vous devez réellement faire

À faire :

1. Vous pouvez trouver une multitude de matériaux à expérimenter dans les magasins d'artisanat et vous pouvez en trouver d'autres dans la nature ;
2. Nous pouvons développer certaines techniques grâce à des livres spécialisés ;
3. Internet regorge de cours en ligne pour apprendre à faire des choses aussi belles que de bonne qualité.

En voici quelques exemples :



Quelques tutoriels

76 Jewelry creation tutorials

<https://www.10doigts.fr/idees-creatives/c/tutos-bijoux-cic1701.aspx>

Costume jewelry course

<https://www.youtube.com/watch?v=71o5cCLZWS4>

Quelques livres

<https://www.10doigts.fr/livre-petites-crea-facile-perles-a-repasser-gp13371.aspx>

- **Un blog**, des créations variées et originales contenant également des tutoriels

<https://www.bijoux-artisanat.com/blog>

- **Comment démarrer une entreprise de bijoux artisanaux en ligne ?**

<https://www.youtube.com/watch?v=57mT9ZOQbrA>

Quelques sites web pour vous inspirer

Des créations originales françaises

<https://www.pingtipong.com/bijoux/Bijoux-fantaisie-made-in-france>

Bijoux en coquillage

<https://www.bjo-france.com/lhistoire-des-bijoux-de-coquillage-192>

<https://www.bijouxcherie.com/94-coquillage>

Bijoux avec des perles

<https://kalinasperles.com/histoire-bijoux-en-perles-mode>

Bijoux pour hommes

<https://leshommesobjets.fr/les-bracelets-de-perles-le-bijou-masculin-tendance>



Matériaux - Quoi utiliser et où les trouver

Il y a à distinguer entre les outils qui aident à la fabrication du bijou, la matière première qui va être travaillée afin d'obtenir le bijou et les accessoires ou apprêts qui vont servir par exemple pour beaucoup de choses comme par exemple accrocher le bijou dans la main, sur le cou, ...

En ce qui concerne les outils, tout dépend de ce que vous voulez produire comme bijoux, mais en général les outils de base sont : une pince plate, une pince coupante, une pince ronde, une paire de ciseaux et du fil de différentes sortes.

En ce qui concerne les apprêts, nous trouverons : fermoirs, anneaux, perles à écraser, œillets spéciaux et clous à tête plate, chaînes d'extension, boucles d'oreilles,

En France, il existe de nombreux magasins d'artisanat qui vendent une multitude de matériaux à expérimenter et tous les apprêts et outils. En ce qui concerne le reste de la matière première, vous pouvez trouver dans la nature ou même chez vous des matériaux qui peuvent être utiles à la fabrication d'un bijou ou constituer la matière de base.

Des perles à acheter en ligne, une multitude de sites e-commerce, dont :

<https://www.e-perle.com>

<https://www.creavea.com>

<https://www.franceperles.com>



Des kits complets peu coûteux :

<https://www.10doigts.fr/kit-bijoux-messages-25-bracelets-gp15365.aspx>



Plus c'est vert, mieux c'est - recyclez ce que vous avez

Pouvez-vous utiliser quelque chose que vous avez déjà ?

Pouvez-vous réutiliser des objets et des matériaux que vous auriez autrement jetés/gaspillés ?

Comme mentionné ci-dessus, pour fabriquer certains types de bijoux, vous pouvez également utiliser des matériaux que l'on peut trouver directement dans la nature, comme des coquillages et des cailloux que l'on peut ramasser sur une plage.

Et nous pouvons également utiliser des produits à recycler que nous pouvons trouver à la maison ou récupérer auprès de la famille et des amis, tels que de vieux bijoux déconstruits et utilisables, des objets en cuir abandonnés, des produits dans lesquels nous pouvons récupérer du fil , etc.



1.7. Thérapie par l'art et l'artisanat

1.7.1 L'art-thérapie vous permet d'exprimer ces sentiments que vous ne trouvez pas de mots pour expliquer. (définition et explications)

L'art-thérapie et l'artisanat sont un type de thérapie expressive qui utilise divers types d'art et d'artisanat pour aider les individus à s'exprimer, à améliorer leur bien-être émotionnel et à améliorer leurs capacités cognitives. Ce traitement peut être utilisé pour traiter un large éventail de problèmes de santé mentale, notamment la dépression, l'anxiété, les traumatismes et la toxicomanie.

L'art-thérapie et l'artisanat peuvent prendre de nombreuses formes. Le dessin, la peinture, la sculpture, le collage et la céramique sont des méthodes fréquentes. L'art-thérapeute collaborera avec le client pour sélectionner le média approprié en fonction de ses intérêts, de ses talents et de ses objectifs thérapeutiques. Le thérapeute aidera ensuite le client dans le processus créatif, lui permettant de s'exprimer librement et sans jugement.

L'un des principaux avantages de l'art-thérapie et de l'artisanat est qu'il permet l'expression de soi. Beaucoup de gens ont du mal à communiquer verbalement, surtout lorsqu'il s'agit de leurs émotions. L'art-thérapie et l'artisanat permettent à ces personnes de s'exprimer via un médium qui leur est sûr et familier. Ceci est particulièrement utile pour les personnes qui ont subi un traumatisme ou un abus, car cela les aide à explorer leurs sentiments sans avoir à répéter l'incident.

Il a été démontré que l'art-thérapie et l'artisanat augmentent le fonctionnement cognitif en plus de ses avantages thérapeutiques. Faire de l'art nécessite beaucoup de concentration et d'attention aux détails, ce qui peut aider à la concentration et à la concentration. Il peut également aider les gens à développer des capacités de résolution de problèmes tout en travaillant sur leur art.

Les personnes souffrant d'anxiété ou de dépression peuvent bénéficier de l'art-thérapie et de l'artisanat, car elle procure un sentiment d'accomplissement et de fierté, ce qui peut aider à renforcer l'estime de soi. En plus des avantages déjà mentionnés, l'art-thérapie et l'artisanat peuvent également améliorer la communication et les compétences sociales.



Les séances d'art-thérapie en groupe peuvent donner aux individus l'occasion d'interagir avec les autres et de développer de nouvelles relations. Cela peut être particulièrement utile pour les personnes qui luttent contre l'isolement social ou qui ont de la difficulté à s'exprimer dans des situations sociales.

Un autre avantage de l'art-thérapie et de l'artisanat est qu'il peut être adapté aux besoins et aux objectifs spécifiques de l'individu. Les art-thérapeutes peuvent travailler avec les clients pour identifier les domaines d'intérêt, tels que l'amélioration de l'estime de soi, le développement des capacités d'adaptation ou le traitement de problèmes de santé mentale spécifiques. La thérapie peut également être adaptée aux préférences et aux capacités de l'individu, avec un large éventail de formes d'art et de techniques disponibles.

De plus, l'art-thérapie et l'artisanat peuvent être une option de traitement non invasive et non pharmacologique pour les personnes qui ne répondent pas bien à la thérapie par la parole ou aux médicaments traditionnels. Cette thérapie peut être utilisée comme traitement complémentaire ou comme alternative à des formes de thérapie plus invasives.

L'art-thérapie et l'artisanat peuvent être appliqués dans de nombreux contextes différents, y compris les écoles, les hôpitaux et les cliniques de santé mentale. Il peut être utilisé seul ou dans le cadre d'un plan de traitement plus large qui peut inclure des médicaments et d'autres types de thérapie. La durée du traitement variera en fonction des besoins et des objectifs du client.

L'une des particularités de l'art-thérapie et de l'artisanat est qu'elle est accessible aux personnes de tous âges et de toutes capacités. Ce traitement peut aider ceux qui n'ont aucune expertise préalable dans l'art ou l'artisanat. En effet, de nombreuses personnes découvrent de nouvelles capacités et de nouveaux intérêts en expérimentant d'autres genres créatifs.

L'art-thérapie et l'artisanat se sont avérés particulièrement efficaces pour les enfants et les adolescents. Cela peut les aider à développer leurs compétences sociales et de communication, ainsi que leur capacité à réguler leurs émotions. L'art-thérapie et l'artisanat peuvent également être utilisés pour aider les enfants qui sont aux prises avec des problèmes scolaires ou comportementaux.

Dans les écoles, l'art-thérapie et l'artisanat peuvent être utilisés dans le cadre d'un programme complet de santé mentale. Il peut être intégré au programme d'études et utilisé pour aider les



élèves à développer leur créativité, leurs compétences en résolution de problèmes et leur estime de soi. L'art-thérapie et l'artisanat peuvent également être utilisés pour aider les élèves aux prises avec des problèmes tels que l'intimidation, l'anxiété ou la dépression.

Dans les hôpitaux, l'art-thérapie et l'artisanat peuvent être utilisés pour aider les patients à faire face au stress et à l'anxiété liés à leur état de santé. Il peut procurer un sentiment de normalité et de contrôle dans un environnement autrement chaotique et inconnu. L'art-thérapie et l'artisanat peuvent également être utilisés pour aider les patients qui se remettent d'une chirurgie ou d'une maladie à améliorer leurs capacités motrices et leur fonctionnement cognitif.

Dans les cliniques de santé mentale, l'art-thérapie et l'artisanat peuvent être utilisés comme thérapie autonome ou dans le cadre d'un plan de traitement plus large. Il peut être particulièrement efficace pour les personnes qui ont de la difficulté à s'exprimer verbalement ou qui ont subi un traumatisme ou des abus. L'art-thérapie et l'artisanat peuvent également être utilisés pour aider les personnes aux prises avec une dépendance ou d'autres problèmes de santé mentale.

Dans l'ensemble, l'art-thérapie et l'artisanat sont une forme de thérapie polyvalente et efficace qui peut être utilisée dans une variété de contextes pour aider les personnes de tous âges et de toutes capacités. Il offre un exutoire pour l'expression de soi et peut être utilisé pour améliorer le bien-être émotionnel, améliorer le fonctionnement cognitif et développer un plus grand sens de la conscience de soi.

Au fur et à mesure que de plus en plus de recherches sont menées sur les avantages de l'art-thérapie et de l'artisanat, il est probable qu'il devienne un outil de plus en plus important dans le domaine de la santé mentale.

1.7.2. Est-il nécessaire d'avoir de l'expérience dans le domaine des arts ou de l'artisanat ?

L'art-thérapie est une forme de thérapie qui utilise le processus créatif de création artistique pour aider les individus à explorer et à exprimer leurs émotions, leurs pensées et leurs expériences. L'art-thérapie se concentre sur le processus de création artistique, plutôt que sur le produit final, et le thérapeute travaille avec l'individu pour comprendre et interpréter l'art qu'il crée.



En fait, certaines personnes peuvent même trouver qu'il est plus facile de s'exprimer par l'art que par les mots, surtout si elles ont de la difficulté à communiquer verbalement. L'art-thérapie est une forme de thérapie non verbale qui permet aux individus de communiquer par la création artistique.

Les art-thérapeutes sont formés pour travailler avec des personnes ayant une gamme de capacités artistiques, de celles qui n'ont jamais fait d'art auparavant à celles qui sont des artistes expérimentés. Le thérapeute adaptera le processus de création artistique aux capacités et aux besoins de l'individu, et peut utiliser une variété de matériaux et de techniques artistiques pour faciliter le processus thérapeutique.

Ce n'est pas la même chose qu'un cours d'art

Les gens se demandent souvent en quoi une séance d'art-thérapie diffère d'un cours d'art. Alors qu'un cours d'art est axé sur l'enseignement d'une technique ou la création d'un produit fini spécifique, l'art-thérapie consiste davantage à laisser les clients se concentrer sur leur expérience intérieure. En créant de l'art, les gens sont capables de se concentrer sur leurs propres perceptions, leur imagination et leurs sentiments et sont encouragés à créer de l'art qui exprime leur monde intérieur plus que de faire quelque chose qui est une expression du monde extérieur.

1.7.3. Quels sont les différents types d'arts et de thérapies créatives ?

Les principaux types d'arts et de thérapies créatives sont :

- Thérapie par la danse et le mouvement
- Dramathérapie
- Musicothérapie
- Thérapie par les arts visuels
- Les techniques utilisées en art-thérapie peuvent inclure :





- Collage
- Coloration
- Gribouillage et gribouillage
- Dessin
- Peinture au doigt
- Peinture
- Sculpture
- Travail de l'argile



Thérapie par la danse et le mouvement : Ce type de thérapie utilise la danse et le mouvement pour aider les individus à s'exprimer, à traiter leurs émotions et à améliorer leur bien-être physique et mental. Il peut impliquer une gamme de techniques, y compris l'improvisation, le mouvement guidé et la danse chorégraphiée. La thérapie par la danse et le mouvement peut être utilisée pour aider les personnes souffrant de diverses affections, telles que l'anxiété, la dépression, les traumatismes et les troubles de l'alimentation.

Thérapie par le théâtre : La thérapie par le théâtre consiste à utiliser des techniques d'art dramatique et de théâtre pour aider les individus à explorer leurs émotions, à développer des compétences sociales et à renforcer leur confiance en soi. Il peut s'agir d'une gamme d'activités, telles que des jeux de rôle, de l'improvisation et de la narration. La thérapie par le théâtre peut être utilisée pour aider à traiter diverses conditions, telles que l'autisme, la toxicomanie et le trouble de stress post-traumatique.

Musicothérapie : Ce type de thérapie utilise la musique pour aider les individus à améliorer leur bien-être physique, émotionnel, cognitif et social. Il peut s'agir d'une gamme d'activités, telles que l'écoute de musique, le chant, la pratique d'instruments et la composition de chansons. La musicothérapie peut être utilisée pour aider les personnes atteintes de diverses affections, telles que la maladie d'Alzheimer, la douleur chronique et les troubles du développement.



Thérapie par les arts visuels : La thérapie par les arts visuels consiste à utiliser la création artistique pour aider les individus à s'exprimer, à explorer leurs émotions et à améliorer leur bien-être mental et émotionnel. Il peut s'agir d'une gamme de techniques, telles que la peinture, le dessin, la sculpture et le collage. La thérapie par les arts visuels peut être utilisée pour aider les personnes souffrant de diverses conditions, telles que la dépression, l'anxiété et les traumatismes.

Dans l'ensemble, ces thérapies peuvent être un outil puissant pour améliorer le bien-être mental et émotionnel, chaque type de thérapie a ses avantages et ses approches uniques, et peut être utilisé en conjonction avec d'autres thérapies ou traitements pour obtenir des résultats optimaux.



1.7.4. Comment choisir les bons arts et la thérapie créative ?

Le choix des arts et de la thérapie créative dépend de plusieurs facteurs, notamment :

- Vos besoins et objectifs spécifiques : Différents types de thérapies peuvent être plus efficaces pour certaines conditions ou certains problèmes. Par exemple, si vous avez du mal à vous exprimer verbalement, vous pouvez bénéficier davantage de l'art-thérapie que de la musicothérapie.
- Vos préférences personnelles : Réfléchissez au type de thérapie qui vous interpelle le plus. Préférez-vous travailler avec votre corps en danse-thérapie ou vous exprimer à travers l'art visuel ?
- Les conseils des thérapeutes.
- Coût : Différentes thérapies peuvent avoir des coûts différents, alors considérez ce que vous pouvez vous permettre et si votre assurance couvre certains des coûts.



- Expertise du thérapeute : Choisissez un thérapeute qualifié et expérimenté dans le type de thérapie qui vous intéresse. Il est important de noter que vous n'avez pas nécessairement à choisir un seul type de thérapie. De nombreux thérapeutes utilisent une approche intégrative, combinant différents types de thérapie pour répondre au mieux à vos besoins.
- Disponibilité : Vérifiez la disponibilité des différentes thérapies dans votre région et les qualifications des thérapeutes offrant ces services.

1.7.5 Avantages et inconvénients, remise en question de l'efficacité

La recherche suggère que l'art-thérapie peut être efficace dans le traitement de divers problèmes de santé mentale, notamment la dépression, l'anxiété, le SSPT et les troubles de l'alimentation. Il peut également être utile pour gérer le stress, renforcer l'estime de soi et améliorer la communication et les compétences sociales.

L'une des raisons pour lesquelles l'art-thérapie peut être efficace est qu'elle fournit un moyen non verbal d'exprimer des émotions et de traiter des expériences difficiles. Cela peut être particulièrement utile pour les personnes qui ont du mal avec la thérapie par la parole traditionnelle ou qui ont du mal à mettre des mots sur leurs sentiments. De plus, l'art-thérapie peut être un processus de collaboration entre le client et le thérapeute, ce qui peut aider à établir la confiance et à promouvoir un sentiment de connexion. Cela peut être particulièrement bénéfique pour les personnes qui ont subi un traumatisme ou qui ont de la difficulté à nouer des relations.

Il est important de noter, cependant, que l'art-thérapie n'est pas une approche universelle et peut ne pas être efficace pour tout le monde. Comme pour toute thérapie, l'efficacité de l'art-thérapie peut dépendre de facteurs tels que les besoins et les préférences spécifiques de l'individu, l'expertise du thérapeute et la qualité de la relation thérapeutique.

Voici quelques-uns des principaux avantages de l'art-thérapie :

Amélioration de la régulation émotionnelle : L'art-thérapie peut aider les individus à réguler leurs émotions et à développer une plus grande intelligence émotionnelle. Grâce au processus de création artistique et à l'exploration de leur monde intérieur, les individus peuvent apprendre à identifier et à exprimer leurs émotions de manière saine et constructive.



Meilleure conscience de soi : L'art-thérapie peut aider les individus à mieux se comprendre, à mieux comprendre leurs pensées et leurs sentiments. En explorant leur monde intérieur à travers la création artistique, les individus peuvent développer un niveau plus profond de conscience de soi et une plus grande appréciation de leurs propres forces et faiblesses.

Augmentation de l'estime de soi : L'art-thérapie peut aider les individus à développer un sentiment plus fort d'estime de soi et d'estime de soi. Grâce au processus de création artistique et à la rétroaction positive du thérapeute et de ses pairs, les individus peuvent ressentir un plus grand sentiment de validation et de reconnaissance pour leurs talents et leurs capacités.

Réduction du stress : L'art-thérapie peut être un moyen efficace de réduire le stress et l'anxiété. Créer de l'art peut être une activité apaisante et méditative, et le fait de se concentrer sur le processus créatif peut aider les individus à oublier leurs soucis et leurs préoccupations.

Amélioration des compétences interpersonnelles : L'art-thérapie peut aider les individus à développer des compétences interpersonnelles plus solides et à établir de meilleures relations avec les autres. Grâce au processus de création artistique et à la discussion de leur travail avec le thérapeute et les pairs, les individus peuvent apprendre à communiquer plus efficacement et à développer une plus grande empathie et compassion pour les autres.

Réadaptation physique : L'art-thérapie peut être utilisée pour soutenir la réadaptation physique et le rétablissement après une maladie ou une blessure. Grâce au processus de création artistique, les individus peuvent améliorer leur motricité fine, leur coordination œil-main et d'autres capacités physiques.

Bien que l'art-thérapie puisse être une forme de thérapie efficace pour de nombreuses personnes, il existe également des inconvénients et des limites potentiels à prendre en compte.

Disponibilité limitée : L'art-thérapie n'est peut-être pas largement disponible dans toutes les régions, et il peut être difficile de trouver un art-thérapeute qualifié.

Recherche limitée : Bien qu'il existe des recherches sur l'efficacité de l'art-thérapie, il s'agit encore d'un domaine relativement nouveau et émergent. Des recherches supplémentaires sont nécessaires pour bien comprendre ses avantages et ses limites.

Couverture d'assurance limitée : La couverture d'assurance pour l'art-thérapie peut être limitée, ce qui peut la rendre inaccessible ou inabordable pour certaines personnes.



Communication limitée : Pour certaines personnes, s'exprimer par l'art peut ne pas être aussi efficace que la thérapie par la parole traditionnelle. Il peut également être difficile pour le thérapeute d'interpréter le sens de l'art.

Déclencheur potentiel : S'engager dans l'art-thérapie peut faire remonter des émotions et des souvenirs difficiles, qui peuvent être difficiles à traiter. Il est important que le thérapeute fournisse un environnement sûr et favorable pour surmonter ces émotions.

Portée limitée : L'art-thérapie peut ne pas convenir aux personnes souffrant de problèmes de santé mentale graves qui nécessitent un traitement plus intensif, comme une hospitalisation ou des médicaments.

Concentration limitée : L'art-thérapie peut ne pas convenir aux personnes qui se concentrent principalement sur la résolution de problèmes ou la recherche de solutions à des problèmes spécifiques, car elle est davantage axée sur le processus de création artistique et l'exploration des émotions.

1.7.6. Intégration de matériaux et de méthodes d'artisanat dans la théorie et la pratique de l'art-thérapie

L'incorporation de matériaux et de méthodes d'artisanat dans la théorie et la pratique de l'art-thérapie est une pratique courante. Matériel d'artisanat tel que :

- fil
- tissu
- argile

Peut être utilisé en combinaison avec des matériaux d'art traditionnels pour créer une expérience plus tactile et sensorielle pour les clients. L'utilisation de matériaux artisanaux peut également élargir la gamme d'expression créative et offrir aux clients de nouvelles façons d'explorer leurs émotions et leurs expériences.

Le matériel et les méthodes d'artisanat peuvent être intégrés aux séances d'art-thérapie de diverses manières. Par exemple, le tricot ou le crochet peuvent être utilisés comme une forme de pratique de la pleine conscience ou pour explorer des thèmes liés à la croissance et au



changement. La couture ou la broderie peuvent être utilisées pour créer de l'art textile qui représente l'histoire personnelle du client ou pour explorer des questions liées à l'identité et à l'expression de soi. L'argile peut être utilisée pour créer des sculptures ou pour explorer des thèmes liés à la transformation et à la croissance.

L'intégration de matériaux et de méthodes d'artisanat dans l'art-thérapie peut être particulièrement utile pour les clients qui peuvent se sentir intimidés par le matériel d'art traditionnel ou qui ont de la difficulté à s'exprimer verbalement. L'artisanat peut également procurer un sentiment d'accomplissement et de maîtrise, ce qui peut être particulièrement bénéfique pour les clients aux prises avec une faible estime de soi ou des sentiments de désespoir.

L'utilisation de matériaux et de méthodes d'artisanat en art-thérapie peut élargir la gamme de l'expression créative, offrir de nouvelles possibilités d'exploration de soi et promouvoir un sentiment d'accomplissement et de maîtrise. Le matériel et les méthodes d'artisanat peuvent être incorporés à l'art-thérapie de diverses façons, notamment :

Amélioration de l'expérience sensorielle : L'utilisation de différents matériaux artisanaux tels que l'argile, le tissu ou les perles peut offrir une expérience tactile et sensorielle au client. Cela peut aider le client à s'ancrer dans le moment présent, à explorer différentes textures et à s'engager avec ses sens de manière thérapeutique.

Promouvoir la créativité et l'expression de soi : L'intégration de méthodes artisanales telles que le tricot, la couture ou le collage peut permettre au client de s'engager dans un processus créatif qui n'est pas uniquement axé sur la création artistique. Cela peut aider à puiser dans l'imagination du client et à favoriser un sentiment d'expression de soi qui peut être stimulant.

Créer des représentations tangibles : L'utilisation de matériaux et de méthodes artisanales peut également permettre au client de créer des représentations tangibles de ses expériences intérieures. Par exemple, la création d'un carré de courtepointe ou le tissage d'un panier peuvent être une représentation symbolique du cheminement d'un client vers la guérison et le rétablissement.

Offrir d'autres modes de communication : Pour certains clients, la communication verbale peut être difficile ou intimidante. L'utilisation de matériaux et de méthodes artisanales peut



offrir un mode de communication alternatif, permettant au client de s'exprimer de manière non verbale tout en s'engageant dans le processus thérapeutique.

1.7.7. À quoi s'attendre d'une séance d'art-thérapie ?

Au cours d'une séance d'art-thérapie, vous pouvez vous attendre à vous engager dans diverses formes d'expression artistique, telles que le dessin, la peinture, la sculpture ou la création de collages, sous la direction d'un art-thérapeute qualifié. Le thérapeute vous fournira du matériel et vous invitera à créer de l'art dans un environnement sûr et sans jugement. Ils peuvent également vous poser des questions sur votre art, vos sentiments et vos processus de pensée pendant le processus créatif.

L'art-thérapeute utilisera vos œuvres d'art et vos expressions verbales pour vous aider à explorer et à comprendre vos émotions, vos pensées et vos comportements. L'objectif est de faciliter la conscience de soi, de promouvoir la guérison émotionnelle et de développer des capacités d'adaptation.

Il est important de noter que l'art-thérapie ne consiste pas à faire du « bon » art ou à produire un résultat spécifique. L'accent est mis sur le processus créatif et l'expérience émotionnelle qui l'accompagne. Les séances d'art-thérapie sont généralement confidentielles, et le thérapeute créera un espace sûr et favorable pour que vous puissiez vous exprimer sans crainte de jugement. Le thérapeute crée un environnement de soutien et sans jugement pour permettre aux clients de s'exprimer librement sans la pression de créer quelque chose de parfait. De plus, la confidentialité est un aspect essentiel des séances d'art-thérapie, ce qui signifie que tout ce qui est discuté ou créé pendant la séance reste entre le client et le thérapeute.

Voici quelques exemples de ce à quoi vous pouvez vous attendre lors d'une séance d'art-thérapie :

- Définir une intention ou un objectif pour la séance avec le thérapeute.
- S'engager dans une activité d'échauffement pour se familiariser avec le matériel d'art et le processus thérapeutique.
- Créer de l'art à l'aide d'une variété de matériaux tels que la peinture, les marqueurs, l'argile ou le collage.



- Réfléchir à l'art créé et discuter des sentiments, des pensées et des émotions qui surgissent au cours du processus avec le thérapeute.
- Établir un plan pour les séances futures et des objectifs pour la poursuite du travail thérapeutique.
- Traiter l'art et discuter des idées acquises dans le cadre du processus créatif.

Il est important de noter que la structure d'une séance d'art-thérapie peut varier en fonction de l'approche du thérapeute et des besoins et préférences individuels du client.

1.7.8. Quelle est la différence ? Artisanat et art-thérapie

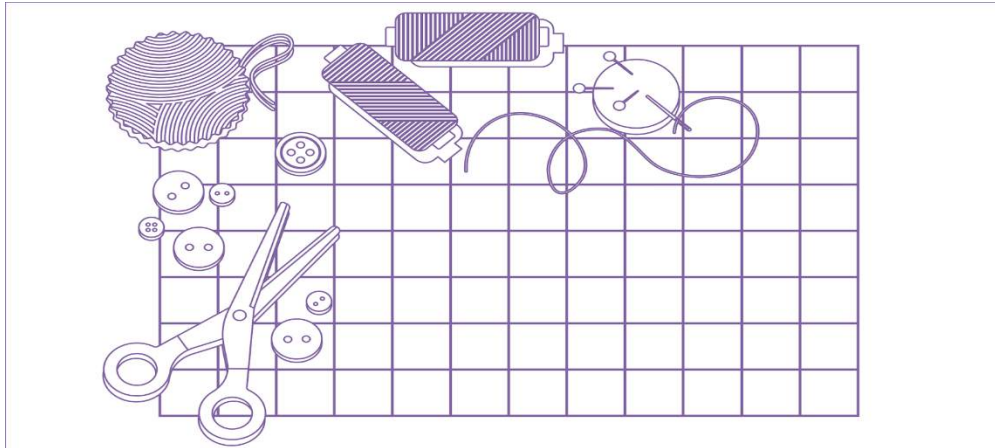
Arts et artisanat :

- Créez un produit fini et fini.
- L'enseignement, l'instruction ou les conseils sont donnés.
- Être capable d'avoir un ensemble spécifique de compétences pour créer un produit.
- Esthétique.
- L'œuvre d'art peut être comparée au résultat de ce à quoi elle était censée ressembler.
- L'œuvre d'art peut être jugée par d'autres en fonction de son résultat.
- Les résultats de l'œuvre peuvent révéler un « bon » résultat et un « mauvais » résultat.

Art-thérapie :

1. Utilisation intentionnelle des arts pour atteindre des objectifs spécifiques et pour un changement psychologique.
2. Les arts sont utilisés dans un contexte thérapeutique comme une forme de thérapie.
3. La création est l'expression d'une extension de soi, la création d'une œuvre d'art dont quelqu'un n'est pas satisfait ou la destruction d'une œuvre d'art est considérée comme faisant partie du processus de croissance et de guérison.
4. Les œuvres d'art n'ont pas besoin d'être esthétiques ou finies pour être considérées comme précieuses.

5. Dirigé par un art-thérapeute (les exigences minimales sont une maîtrise d'un programme approuvé selon les normes de l'AATA).



1.7.9. L'art-thérapie pour les troubles psychiatriques

L'utilisation de l'art-thérapie s'est avérée avoir des effets positifs sur les personnes souffrant de divers troubles psychiatriques, notamment la schizophrénie et les troubles de l'humeur, ainsi que les traumatismes. L'art-thérapie offre un moyen d'expression alternatif précieux pour les patients qui peuvent avoir des difficultés à s'exprimer verbalement. Un jeune adulte diagnostiqué avec un trouble schizotypique a pu utiliser l'art-thérapie pour exprimer ses expériences et ses sentiments, qu'il avait du mal à transmettre verbalement. Bien que la recherche spécifique sur l'utilisation de l'art-thérapie dans le trouble schizotypique soit limitée, elle a été appliquée avec succès dans le traitement des troubles associés, tels que la schizophrénie.

Des études ont montré que l'art-thérapie de groupe peut entraîner une diminution significative des symptômes négatifs chez les patients atteints de schizophrénie, et que la participation à l'art-thérapie peut entraîner une augmentation du sentiment de soi et une amélioration des résultats en matière de santé mentale pour les personnes atteintes de schizophrénie et de troubles connexes. Outre son application dans les conditions psychiatriques, l'art-thérapie s'est également avérée avantageuse dans les conditions physiques chroniques. Le diagnostic d'une maladie physique affecte non seulement le corps, mais a également un impact significatif sur le bien-être mental d'un patient. L'art-thérapie peut être utilisée comme un outil pour aider les



patients à faire face à leurs peurs et à améliorer leur qualité de vie globale. Par exemple, dans un essai contrôlé randomisé mené auprès d'enfants asthmatiques, un programme d'art-thérapie de 7 semaines une fois par semaine a entraîné une diminution de l'anxiété et une amélioration de l'image de soi. On a observé que ces effets positifs se poursuivaient même six mois après la fin de l'étude. De même, dans une étude, les patients atteints de cancer qui ont reçu une thérapie par l'art pendant la chimiothérapie ont signalé une amélioration significative des scores de dépression et une diminution de la fatigue. Ainsi, l'incorporation de l'art-thérapie comme thérapie d'appoint dans la prise en charge des maladies physiques chroniques peut offrir des résultats prometteurs pour les enfants et les adultes.

1.7.10. L'avenir de l'art-thérapie



La pandémie de COVID-19, annoncée par l'Organisation mondiale de la santé le 11 mars 2020, a nécessité la fermeture de nombreuses écoles, entreprises et services. Néanmoins, les récentes avancées technologiques ont permis de continuer à fournir des services en ligne et virtuellement. L'art-thérapie est l'un de ces services qui pourrait bénéficier des progrès technologiques. Les outils d'art numérique, la téléthérapie et les développements de la réalité virtuelle (RV) ont tous le potentiel de faire progresser cette forme de psychothérapie (American Art Therapy Association 2020). En particulier, la RV peut offrir aux participants une expérience artistique qui favorise la créativité et transcende les limites du monde physique.

De plus, il a été noté que la RV pourrait être utile pour les patients isolés en raison d'une maladie, d'un handicap ou de l'âge. Par conséquent, ce mode de prestation de l'art-thérapie a le potentiel d'améliorer l'accessibilité et d'accroître la portée, à la fois pendant la pandémie actuelle et à l'avenir.

Une autre avancée technologique qui pourrait contribuer à l'avenir de l'art-thérapie est l'utilisation d'outils d'art numériques. Avec la disponibilité croissante des logiciels et du matériel d'art numérique, les art-thérapeutes peuvent être en mesure d'intégrer ces outils dans leur pratique pour améliorer la créativité et offrir de nouvelles façons aux patients de s'exprimer. Cela peut également offrir une plus grande accessibilité à l'art-thérapie pour les



personnes qui n'ont peut-être pas accès à des fournitures d'art traditionnelles ou qui peuvent avoir des limitations physiques qui rendent difficile la création artistique à l'aide de méthodes traditionnelles. La téléthérapie, qui consiste à dispenser des séances de thérapie à distance à l'aide de la technologie de vidéoconférence, s'est également répandue ces dernières années. Cette forme de prestation thérapeutique peut offrir une plus grande flexibilité aux patients qui ne peuvent pas assister aux séances en personne en raison de problèmes de distance ou de mobilité (American Art Therapy Association, 2020). Bien que la téléthérapie puisse présenter certains défis en termes de maintien d'une relation thérapeutique et d'assurance de la vie privée et de la confidentialité, elle a le potentiel d'accroître l'accès à l'art-thérapie pour un plus grand nombre de personnes.

Dans l'ensemble, l'avenir de l'art-thérapie impliquera probablement une plus grande intégration de la technologie dans la prestation des services de thérapie. Cela peut offrir une plus grande accessibilité et une plus grande flexibilité pour les patients, ainsi que de nouvelles possibilités d'expression créative et d'intervention thérapeutique. Au fur et à mesure que l'art-thérapie continue d'évoluer et de se développer, elle pourrait devenir un outil encore plus largement utilisé et essentiel pour améliorer les résultats en matière de santé mentale.

Plan d'apprentissage : Thérapie par l'art et l'artisanat

Temps nécessaire pour étudier : environ 4 heures

Points clés :

- L'art-thérapie et l'artisanat sont une forme de thérapie expressive qui utilise diverses méthodes d'art et d'artisanat pour améliorer le fonctionnement émotionnel et cognitif.
- L'art-thérapie et l'artisanat peuvent être adaptés aux besoins et aux objectifs d'un individu, ce qui en fait une option de traitement non invasive et non pharmacologique.
- L'art-thérapie et l'artisanat sont accessibles aux personnes de tous âges et de toutes capacités et peuvent être appliqués dans divers contextes, notamment dans les écoles, les hôpitaux et les cliniques de santé mentale.
- L'expérience de l'art n'est pas nécessaire, car l'art-thérapie se concentre sur le processus de création artistique, plutôt que sur le produit final.



Plan d'apprentissage :

- Lisez l'article sur l'art-thérapie et l'artisanat pour comprendre ce que c'est, ses bienfaits et ses applications. (1 heure)
- Faites des recherches sur les différentes méthodes d'art et d'artisanat utilisées en art-thérapie, telles que le dessin, la peinture, la sculpture, le collage et la céramique. (30 minutes)
- Réfléchissez à vos expériences personnelles et à vos émotions qui pourraient bénéficier de l'art-thérapie. (30 minutes)
- Créez une œuvre d'art en utilisant l'une des méthodes recherchées et réfléchissez au processus et aux émotions vécues pendant le processus de création. (1 heure)
- Renseignez-vous sur les exigences en matière de formation et de certification pour devenir art-thérapeute, si vous souhaitez poursuivre une carrière dans le domaine. (30 minutes)
- Identifiez les ressources locales pour l'art-thérapie et l'artisanat et prenez rendez-vous avec un art-thérapeute agréé, si vous êtes intéressé à participer aux séances. (30 minutes)
- Réfléchissez à l'expérience et aux bienfaits de l'art-thérapie et de l'artisanat, et envisagez de l'intégrer à vos routines personnelles de santé mentale et de soins personnels. (30 minutes).

Plan d'apprentissage : Intégration de matériel et de méthodes d'artisanat dans la théorie et la pratique de l'art-thérapie

Temps nécessaire : 2 semaines

Points clés :

- L'utilisation de matériaux et de méthodes d'artisanat en art-thérapie peut élargir la gamme de l'expression créative, offrir de nouvelles possibilités d'exploration de soi et promouvoir un sentiment d'accomplissement et de maîtrise.



- Le matériel et les méthodes d'artisanat peuvent être incorporés à l'art-thérapie de diverses manières, notamment en améliorant l'expérience sensorielle, en favorisant la créativité et l'expression de soi, en créant des représentations tangibles et en offrant des modes de communication alternatifs.
- Au cours d'une séance d'art-thérapie, vous pouvez vous attendre à vous engager dans diverses formes d'expression artistique, telles que le dessin, la peinture, la sculpture ou la création de collages, sous la direction d'un art-thérapeute qualifié.
- L'art-thérapeute utilisera vos œuvres d'art et vos expressions verbales pour vous aider à explorer et à comprendre vos émotions, vos pensées et vos comportements.
- L'objectif est de faciliter la conscience de soi, de promouvoir la guérison émotionnelle et de développer des capacités d'adaptation.
- Il est important de noter que l'art-thérapie ne consiste pas à faire du « bon » art ou à produire un résultat spécifique. L'accent est mis sur le processus créatif et l'expérience émotionnelle qui l'accompagne.
- La structure d'une séance d'art-thérapie peut varier en fonction de l'approche du thérapeute et des besoins et préférences individuels du client.

Il y a une différence entre l'artisanat et l'art-thérapie. L'art et l'artisanat consistent à créer un produit fini et esthétique, tandis que l'art-thérapie est l'utilisation intentionnelle des arts pour atteindre des objectifs spécifiques et pour un changement psychologique.

Semaine 1 :

Jour 1 : Lisez le texte et regardez des vidéos sur l'intégration de matériaux et de méthodes d'artisanat dans la théorie et la pratique de l'art-thérapie. Prenez des notes sur les points clés et des exemples.

Temps nécessaire : 2 heures

Jour 2 : Réfléchissez à vos notes et réfléchissez à la façon dont vous pourriez intégrer du matériel et des méthodes d'artisanat dans votre pratique de l'art-thérapie. Notez vos idées et les activités possibles que vous pourriez faire avec les clients.

Temps nécessaire : 1 heure



Jour 3 : Choisissez un matériau et une méthode d'artisanat (par exemple, le tricot, la couture ou l'argile) et recherchez comment il peut être utilisé en art-thérapie. Rédigez un court rapport sur vos découvertes et incluez des exemples de la façon dont il a été utilisé dans les séances d'art-thérapie.

Temps nécessaire : 2 heures

Jour 4 : Explorez l'utilisation de matériaux et de méthodes d'artisanat dans votre propre pratique artistique. Créez une œuvre d'art en utilisant le matériel et la méthode d'artisanat que vous avez recherchés hier. Réfléchissez à votre expérience et notez toutes les idées ou émotions qui sont apparues au cours du processus.

Temps nécessaire : 2 heures

Jour 5 : Discutez de vos constatations et de vos idées avec un collègue ou un superviseur. Obtenez des commentaires et demandez des suggestions sur la façon dont vous pouvez améliorer votre pratique de l'art-thérapie basée sur l'artisanat.

Temps nécessaire : 1 heure

Semaine 2 :

Jour 6 : Regardez des vidéos ou lisez des articles sur ce à quoi s'attendre d'une séance d'art-thérapie. Prenez des notes sur les points clés et la structure d'une séance d'art-thérapie.

Temps nécessaire : 2 heures

Jour 7 : Imaginez que vous êtes un client qui se rend à sa première séance d'art-thérapie. Écrivez vos attentes, vos craintes et vos espoirs pour la séance. Réfléchissez aux raisons pour lesquelles vous avez décidé d'essayer l'art-thérapie.

Temps nécessaire : 1 heure

Jour 8 : Renseignez-vous sur les différentes approches de l'art-thérapie et choisissez celle qui résonne avec vous. Rédigez un bref rapport sur l'approche et sur la façon dont vous l'intégreriez dans votre pratique.

Temps nécessaire : 2 heures

Jour 9 : Créez un plan pour votre première séance d'art-thérapie avec un client. Incluez l'approche que vous avez choisie, les activités que vous ferez et les objectifs que vous espérez



atteindre. Discutez de votre plan avec un collègue ou un superviseur et obtenez des commentaires.

Temps nécessaire : 2 heures

Jour 10 : Réfléchissez à ce que vous avez appris au cours des deux dernières semaines. Écrivez ce que vous avez appris, les défis auxquels vous avez été confrontés.

Documents ou ressources:

- <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/B381B0AA22EAC682C76A13BF90F7F84F/S0790966721000203a.pdf/drawing-on-emotions-the-evolving-role-of-art-therapy.pdf>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0197455607000287>
- <https://www.ilightllc.com/single-post/2017/03/06/whats-the-difference-arts-crafts-and-art-therapy>
- <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8397377/>



Module 2 - Connaître sa valeur

2.1. Commerce électronique pour l'artisanat

Le commerce électronique a le potentiel de fournir une plate-forme précieuse aux personnes ayant moins d'opportunités, telles que les chômeurs et les immigrants, pour vendre leur artisanat et gagner leur vie.

L'un des principaux avantages du commerce électronique est qu'il permet aux particuliers de vendre leurs produits en ligne sans avoir besoin d'une vitrine physique. Cela élimine les coûts élevés associés à la location ou à l'achat d'un espace physique et permet aux particuliers d'atteindre un public plus large via Internet. Par exemple, selon une étude de la National Retail Federation (NRF), les ventes en ligne aux États-Unis devraient atteindre 794 milliards de dollars d'ici 2023.

De plus, les plateformes de commerce électronique comme Etsy et Amazon Handmade fournissent une place de marché aux artisans pour vendre leurs produits. Ces plateformes permettent aux particuliers de créer facilement une boutique en ligne et de répertorier leurs produits, et elles gèrent également la logistique de l'expédition et du service client. Cela permet aux individus de se concentrer sur la création de leur artisanat tout en laissant l'aspect commercial des choses à la plateforme. Selon un rapport de Statista, Etsy comptait plus de 60 millions d'acheteurs actifs en 2020.

Un autre avantage du commerce électronique est la possibilité de cibler des groupes démographiques spécifiques par le biais du marketing en ligne et des médias sociaux. Par exemple, les particuliers peuvent utiliser Facebook et Instagram pour promouvoir leur artisanat auprès d'un groupe spécifique de personnes, telles que celles qui s'intéressent aux articles faits à la main. Cela permet une approche plus ciblée du marketing, ce qui peut être particulièrement bénéfique pour les personnes ayant moins d'opportunités qui n'ont peut-être pas les ressources nécessaires pour atteindre un large public par le biais des méthodes publicitaires traditionnelles. Un rapport de Social Media Examiner a révélé que 80 % des propriétaires de petites entreprises utilisent les médias sociaux pour promouvoir leurs produits et services.



De plus, le commerce électronique peut créer un sentiment d'appartenance à une communauté et un soutien aux personnes ayant moins d'opportunités. Par exemple, les places de marché en ligne comme Etsy ont une grande communauté d'artisans et d'artisans qui peuvent se soutenir et se conseiller mutuellement. Cela peut être particulièrement utile pour les immigrants qui n'ont peut-être pas un solide réseau de personnes dans leur nouveau pays.

Cependant, il convient de noter que le commerce électronique n'est pas sans défis. L'un des principaux problèmes est celui de la concurrence. Avec autant de personnes vendant leurs produits en ligne, il peut être difficile de se démarquer et d'attirer des clients. De plus, il y a des problèmes d'expédition et de traitement des paiements qui peuvent être difficiles pour ceux qui ne sont pas familiers avec le processus.

En conclusion, le commerce électronique peut fournir une plate-forme précieuse aux personnes ayant moins d'opportunités, telles que les chômeurs et les immigrants, pour vendre leur artisanat et gagner leur vie. Le faible coût et la large portée du commerce électronique, ainsi que la capacité de cibler des données démographiques spécifiques, peuvent être bénéfiques pour les personnes qui n'ont peut-être pas les ressources nécessaires pour atteindre un large public par les méthodes traditionnelles. Cependant, il est important de noter qu'il existe également des défis associés au commerce électronique, et que les individus doivent être prêts à faire face à la concurrence et à naviguer dans la logistique de l'expédition et du traitement des paiements.

Références:

1. National Retail Federation (NRF). (2022). E-commerce sales in the United States from 2016 to 2023 (in billion U.S. dollars).
2. Statista. (2021). Number of active buyers on Etsy worldwide from 2015 to 2020.
3. Social Media Examiner. (2021). Social media for small business: 2021 report.

Plan de leçon :

Titre : Les avantages du commerce électronique pour les personnes ayant moins d'opportunités

Durée : 30 minutes



Visées:

- Initier les étudiants au concept de commerce électronique et à ses avantages potentiels pour les personnes ayant moins d'opportunités.
- Encourager les élèves à réfléchir de manière critique aux défis et aux opportunités associés au commerce électronique.
- Améliorer la compréhension de la lecture et les compétences en vocabulaire des élèves en s'engageant dans le texte.

Matériaux :

- Une copie du texte « eCommerce for Crafts » pour chaque élève
- Des documents avec des activités de conversation et des questions.

Procedure:

1. Introduction (5 minutes)
 - Commencez la leçon en présentant le sujet du commerce électronique et ses avantages potentiels pour les personnes ayant moins d'opportunités. Demandez aux élèves s'ils ont déjà acheté quelque chose en ligne ou s'ils connaissent quelqu'un qui vend leurs produits en ligne.
2. Compréhension écrite (10 minutes)
 - Distribuez un exemplaire du texte à chaque élève et demandez-leur de le lire individuellement.
 - Après la lecture, demandez aux élèves de remplir un document avec des questions de compréhension pour vérifier leur compréhension du texte.
3. Enrichissement du vocabulaire (5 minutes)
 - En classe, passez en revue tous les mots de vocabulaire que les élèves ont pu trouver difficiles en lisant le texte. Demandez aux élèves de travailler en binômes pour créer des flashcards avec les nouveaux mots de vocabulaire.
4. Activités de conversation (10 minutes)
 - Divisez la classe en petits groupes et distribuez un document avec des activités de conversation. Encouragez les élèves à discuter des défis et des possibilités du commerce électronique en ce qui concerne les personnes ayant moins d'opportunités.
 - Demandez à chaque groupe de faire part de ses points de discussion à la classe.
5. Conclusion (5 minutes)



- Résumez les principaux points de la leçon et rappelez aux élèves les avantages et les défis du commerce électronique pour les personnes ayant moins d'opportunités..
- Rassemblez des flashcards et des documents à distribuer pour les réviser dans le prochain cours.

Document 1: Questions de compréhension

1. Quels sont les avantages du commerce électronique pour les personnes ayant moins d'opportunités ?
2. Quelles plateformes spécifiques peuvent être utilisées pour vendre de l'artisanat en ligne ?
3. Comment le commerce électronique peut-il aider les immigrants ?
4. Quels sont les défis associés au commerce électronique ?

Document 2: Activités de conversation

1. En petits groupes, discutez des avantages du commerce électronique pour les personnes ayant moins d'opportunités. À quels exemples précis pouvez-vous penser ?
2. À votre avis, quels sont les plus grands défis du commerce électronique pour les personnes ayant moins d'opportunités ?
3. Imaginez que vous êtes un artisan qui souhaite vendre ses produits en ligne. Quelles sont les étapes à suivre pour commencer ?
4. Comment pensez-vous que le commerce électronique peut aider les immigrants ?
5. Quels sont les avantages de la communauté et du soutien pour les personnes ayant moins d'opportunités ?



2.1.A. Shopify



Shopify est une plateforme de commerce électronique qui permet aux particuliers et aux entreprises de créer et de gérer leurs propres boutiques en ligne. C'est l'une des plateformes de commerce électronique les plus populaires sur le marché, et elle offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils

pour aider les utilisateurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne.

L'un des principaux avantages de Shopify est sa facilité d'utilisation. La plateforme est conçue pour les utilisateurs de tous niveaux de compétence, et elle offre une interface conviviale qui facilite la création et la gestion d'une boutique en ligne. Même les utilisateurs n'ayant aucune compétence technique peuvent configurer et gérer une boutique en ligne avec Shopify.

Shopify offre également un large éventail d'options de personnalisation, ce qui permet aux utilisateurs d'adapter leurs boutiques en ligne à leurs besoins spécifiques. La plate-forme offre une variété de modèles et de thèmes parmi lesquels choisir, et les utilisateurs peuvent également utiliser HTML et CSS pour personnaliser leurs magasins. De plus, Shopify dispose d'un grand magasin d'applications où les utilisateurs peuvent trouver et installer des modules complémentaires et des plug-ins pour améliorer les fonctionnalités de leur boutique.

Un autre avantage de Shopify est son évolutivité. La plateforme peut évoluer avec votre entreprise, quelle que soit la taille de votre boutique en ligne. Shopify peut gérer un petit nombre de produits, ainsi qu'un grand nombre de produits et de clients avec la même facilité. De plus, Shopify offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les entreprises à gérer leurs stocks, à exécuter les commandes et à gérer le service client.

En outre, Shopify offre une variété d'options de paiement, ce qui permet aux utilisateurs d'accepter les paiements de clients dans différents pays et devises. Shopify prend également en charge un large éventail de passerelles de paiement, notamment PayPal, Stripe et Square.



Cependant, comme toute autre plateforme, Shopify a aussi ses inconvénients. L'un des principaux inconvénients de Shopify est qu'il y a des frais de transaction pour chaque vente effectuée via la plateforme. Ces frais peuvent atteindre 2 % pour les utilisateurs qui utilisent des passerelles de paiement tierces. De plus, les plans tarifaires de Shopify ont un coût de base qui est facturé mensuellement, et ce coût peut être considéré comme élevé pour certaines petites entreprises.

Un autre inconvénient est que les options de personnalisation de Shopify sont limitées. Les modèles et les thèmes de la plateforme sont limités en termes de conception et de fonctionnalité, et certains utilisateurs peuvent avoir du mal à créer une boutique en ligne vraiment unique. De plus, l'App Store de Shopify peut ne pas avoir le plug-in ou le module complémentaire spécifique qu'un utilisateur recherche.

Enfin, le support client de Shopify est un autre domaine dans lequel la plateforme pourrait s'améliorer. Certains utilisateurs ont signalé que le support client n'est pas toujours réactif ou utile, et qu'il peut être difficile d'entrer en contact avec un représentant.

En conclusion, Shopify est une plateforme de commerce électronique populaire qui offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les utilisateurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne. Il est facile à utiliser, offre un large éventail d'options de personnalisation et peut évoluer avec votre entreprise. Cependant, il présente également quelques inconvénients tels que les frais de transaction, les plans tarifaires et le support client. Si vous envisagez d'utiliser Shopify, il est important de peser le pour et le contre et de décider s'il s'agit de la bonne plateforme pour votre entreprise.

Plan de leçon : Introduction à Shopify

Visées:

1. Familiariser les étudiants avec la plateforme de commerce électronique Shopify et ses fonctionnalités.
2. Comprendre les avantages et les inconvénients de l'utilisation de Shopify pour les entreprises en ligne.



3. Pour explorer les différentes options et outils de personnalisation disponibles sur Shopify.

Procédure:

1. Commencez la leçon en présentant Shopify et ses principales fonctionnalités, notamment sa facilité d'utilisation, ses options de personnalisation, son évolutivité et ses options de paiement. Fournissez aux élèves le texte ci-dessus pour une lecture plus approfondie.
2. Divisez les élèves en groupes et assignez-leur la tâche de créer une boutique en ligne factice sur Shopify. Chaque groupe doit choisir un thème différent et le personnaliser à son goût.
3. Une fois la boutique configurée, demandez aux groupes de présenter leurs boutiques à la classe et de discuter des avantages et des inconvénients de l'utilisation de Shopify en tant que plateforme de commerce électronique.
4. En classe, explorez l'App Store de Shopify et discutez des différents modules complémentaires et plug-ins disponibles pour améliorer les fonctionnalités d'une boutique en ligne.
5. Concluez la leçon en discutant des frais de transaction et des plans tarifaires de Shopify et de l'importance de peser le pour et le contre avant de décider d'utiliser la plateforme pour une entreprise.

Resources:

- Shopify site internet (<https://www.shopify.com/>)
- Shopify App store (<https://apps.shopify.com/>)
- Shopify Plans tarifaires (<https://www.shopify.com/pricing>)
- Shopify Centre d'aide (<https://help.shopify.com/>)
- Shopify documentation (<https://docs.shopify.com/>)



2.1.B. Etsy



Etsy est une plateforme de commerce électronique spécialisée dans les articles faits à la main et vintage, ainsi que dans les articles uniques fabriqués en usine. Il s'agit d'un marché en ligne qui permet aux particuliers et aux petites entreprises de vendre leur artisanat et d'autres produits faits à la main à un public mondial.

L'un des principaux avantages d'Etsy est qu'il s'agit d'une plateforme de niche, ce qui permet aux vendeurs d'atteindre plus facilement leur public cible. Parce qu'Etsy se spécialise dans les articles faits à la main et uniques, il attire un groupe spécifique d'acheteurs qui recherchent ce type de produits. Cela peut aider les vendeurs à obtenir plus de visibilité et à atteindre des clients potentiels intéressés par leurs produits.

Un autre avantage d'Etsy est qu'il dispose d'une grande communauté d'acheteurs et de vendeurs. Cette communauté peut fournir un soutien et des conseils aux vendeurs, et elle peut également contribuer à créer un sentiment de communauté et d'appartenance pour les vendeurs. De plus, Etsy fournit aux vendeurs des outils pour communiquer avec les acheteurs, tels qu'un système de messagerie, ce qui peut être utile pour établir des relations avec les clients.

Etsy propose également un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les vendeurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne. Par exemple, il offre diverses options de référencement, telles que la possibilité de répertorier plusieurs variantes d'un produit, et il fournit également des analyses et des informations pour aider les vendeurs à suivre leurs ventes et à améliorer leurs annonces. De plus, Etsy dispose d'une application mobile qui permet aux vendeurs de gérer leur boutique en déplacement.

Un autre avantage d'Etsy est le faible coût d'entrée. Contrairement à d'autres plateformes de commerce électronique, Etsy n'exige pas que les vendeurs aient leur propre site Web ou domaine, et il propose également des frais d'abonnement mensuels inférieurs. De plus, Etsy facture des frais de transaction inférieurs à ceux des autres plateformes, ce qui peut être avantageux pour les petites entreprises et les vendeurs individuels.



Cependant, comme toute autre plateforme, Etsy a aussi ses inconvénients. L'un des principaux inconvénients d'Etsy est la concurrence. Parce qu'il s'agit d'une plateforme populaire avec un grand nombre de vendeurs, il peut être difficile pour les nouveaux vendeurs de se démarquer et d'attirer des clients. De plus, comme Etsy se spécialise dans les articles faits à la main et uniques, il peut être difficile pour les vendeurs de développer leurs activités et d'augmenter leurs ventes.

Un autre inconvénient d'Etsy est qu'il a des limites en termes de personnalisation et de branding. Bien que les vendeurs puissent personnaliser leurs annonces et leurs vitrines dans une certaine mesure, ce n'est peut-être pas autant que d'autres plateformes de commerce électronique. De plus, l'image de marque d'Etsy est cohérente dans toutes les boutiques, ce qui peut rendre difficile pour les vendeurs de créer une identité unique pour leur entreprise.

Enfin, le support client d'Etsy est un autre domaine dans lequel la plateforme pourrait s'améliorer. Certains utilisateurs ont signalé que le support client n'est pas toujours réactif ou utile et qu'il peut être difficile d'entrer en contact avec un représentant.

En conclusion, Etsy est une plateforme de commerce électronique spécialisée dans les articles faits à la main et vintage, ainsi que dans les articles uniques fabriqués en usine. Il offre un marché de niche permettant aux vendeurs d'atteindre leur public cible et dispose d'une grande communauté d'acheteurs et de vendeurs. Etsy propose également un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les vendeurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne, à un faible coût d'entrée. Cependant, la concurrence et les limites de la personnalisation et de l'image de marque sont des inconvénients, et le support client peut être amélioré. Si vous envisagez d'utiliser Etsy, il est important de peser le pour et le contre et de décider s'il s'agit de la bonne plateforme pour votre entreprise.

Plan de cours: Introduction à Etsy

Visées:

1. Familiariser les étudiants avec la plateforme de commerce électronique Etsy et ses fonctionnalités.
2. Comprendre les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'Etsy pour la vente d'articles faits à la main et vintage.



3. Explorer les différentes fonctionnalités et outils disponibles sur Etsy pour créer et gérer une boutique en ligne.

Procédure:

1. Commencez la leçon en présentant Etsy et ses principales fonctionnalités, notamment son marché de niche, sa grande communauté et son faible coût d'entrée. Fournissez aux élèves le texte ci-dessus pour une lecture plus approfondie.
2. Organisez une discussion en classe sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'Etsy comme plateforme de commerce électronique pour la vente d'articles faits à la main et vintage.
3. Divisez les élèves en groupes et confiez-leur la tâche de créer une boutique en ligne factice sur Etsy. Chaque groupe doit choisir une catégorie différente de produits et personnaliser sa boutique en conséquence.
4. Une fois la boutique configurée, demandez aux groupes de présenter leurs boutiques à la classe et de discuter des différentes fonctionnalités et outils disponibles sur Etsy pour créer et gérer une boutique en ligne.
5. Concluez la leçon en discutant de la concurrence et des limites de la personnalisation et de l'image de marque sur Etsy, ainsi que de l'importance de peser le pour et le contre avant de décider d'utiliser la plateforme pour une entreprise.

Activités:

1. Recherche et discussion sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'Etsy en tant que plateforme de commerce électronique.
2. Pratique de la mise en place d'une boutique en ligne factice sur Etsy.
3. Présentation en classe et discussion sur les différentes fonctionnalités et outils disponibles sur Etsy.
4. Discussion de groupe sur la concurrence et les limites de la personnalisation et de l'image de marque sur Etsy.



Resources:

- Etsy site internet (<https://www.etsy.com/>)
- Etsy Centre d'aide (<https://www.etsy.com/help>)
- Etsy Manuel du vendeur (<https://www.etsy.com/seller-handbook>)
- Etsy Appli mobile (<https://www.etsy.com/mobile>)
- Etsy Plans tarifaires (<https://www.etsy.com/seller-fees>)

2.1.C. Handmade Amazon



Amazon Handmade est une place de marché sur Amazon.com qui se spécialise dans les articles faits à la main, tels que les bijoux, la décoration intérieure et les vêtements. Il s'agit d'une plateforme qui permet aux artisans et aux artisans de vendre leurs produits faits à la main à un public mondial.

L'un des principaux avantages d'Amazon Handmade est sa portée. En tant que l'une des plus grandes plateformes de commerce électronique au monde, Amazon dispose d'une vaste base de clients que les artisans peuvent exploiter. Cela peut contribuer à augmenter la visibilité et les ventes pour les vendeurs. De plus, Amazon Handmade est intégré à la plate-forme principale d'Amazon, ce qui permet aux clients de trouver et d'acheter facilement des articles faits à la main pendant qu'ils font leurs achats sur Amazon.

Un autre avantage d'Amazon Handmade est son faible coût d'entrée. Contrairement à d'autres plateformes de commerce électronique, Amazon Handmade n'exige pas que les vendeurs aient leur propre site Web ou domaine, et il a également des frais d'abonnement mensuels inférieurs. De plus, Amazon Handmade facture des frais de transaction inférieurs à ceux des autres plateformes, ce qui peut être avantageux pour les petites entreprises et les vendeurs individuels.

Amazon Handmade propose également un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les vendeurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne. Par exemple, il offre diverses



options de référencement, telles que la possibilité de répertorier plusieurs variantes d'un produit, et il fournit également des analyses et des informations pour aider les vendeurs à suivre leurs ventes et à améliorer leurs annonces. De plus, Amazon Handmade dispose d'une application mobile qui permet aux vendeurs de gérer leur boutique en déplacement.

Pour les artisans au chômage, Amazon Handmade peut être une plate-forme utile pour vendre leurs produits et gagner leur vie. Comme il offre une entrée à faible coût et une large portée, il peut les aider à démarrer leur propre entreprise sans avoir à investir beaucoup d'argent. De plus, les analyses et les informations intégrées à la plateforme peuvent leur être utiles pour suivre leurs ventes et améliorer leurs annonces.

Cependant, comme toute autre plateforme, Amazon Handmade a aussi ses inconvénients. L'un des principaux inconvénients d'Amazon Handmade est la concurrence. Parce qu'il s'agit d'une plateforme populaire avec un grand nombre de vendeurs, il peut être difficile pour les nouveaux vendeurs de se démarquer et d'attirer des clients. De plus, comme Amazon Handmade est spécialisé dans les articles faits à la main, il peut être difficile pour les vendeurs de développer leurs activités et d'augmenter leurs ventes.

Un autre inconvénient d'Amazon Handmade est qu'il présente des limites en termes de personnalisation et de branding. Bien que les vendeurs puissent personnaliser leurs annonces et leurs vitrines dans une certaine mesure, ce n'est peut-être pas autant que d'autres plateformes de commerce électronique. De plus, l'image de marque d'Amazon Handmade est cohérente dans tous les magasins, ce qui peut rendre difficile pour les vendeurs de créer une identité unique pour leur entreprise.

Enfin, le support client d'Amazon Handmade est un autre domaine dans lequel la plateforme pourrait s'améliorer. Certains utilisateurs ont signalé que le support client n'est pas toujours réactif ou utile, et qu'il peut être difficile d'entrer en contact avec un représentant.

En conclusion, Amazon Handmade est une place de marché sur Amazon.com qui se spécialise dans les articles faits à la main, tels que les bijoux, la décoration intérieure et les vêtements. Il offre une large portée et un faible coût d'entrée, et il peut être utile aux artisans au chômage pour vendre leurs produits et gagner leur vie. Cependant, il a aussi ses inconvénients tels que la concurrence, les limites de la personnalisation et de l'image de marque, et le support client



peut être amélioré. Si vous envisagez d'utiliser Amazon Handmade, il est important de peser le pour et le contre et de décider s'il s'agit de la bonne plateforme pour votre entreprise.

Plan de leçon : Introduction à Amazon Handmade

Visées:

1. Familiariser les étudiants avec la plateforme de commerce électronique Amazon Handmade et ses fonctionnalités.
2. Comprendre les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'Amazon Handmade pour la vente d'articles faits à la main.
3. Explorer les différentes fonctionnalités et outils disponibles sur Amazon Handmade pour créer et gérer une boutique en ligne.

Procédure:

1. Commencez la leçon en présentant Amazon Handmade et ses principales fonctionnalités, notamment sa portée, son faible coût d'entrée et ses outils pour les vendeurs. Fournissez aux élèves le texte ci-dessus pour une lecture plus approfondie.
2. Organisez une discussion en classe sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'Amazon Handmade comme plateforme de commerce électronique pour la vente d'articles faits à la main.
3. Divisez les élèves en groupes et assignez-leur la tâche d'étudier un vendeur et les différentes caractéristiques et objets qu'il présente.
4. Demandez à un groupe de présenter ses conclusions sur le vendeur : le type de produits, les promotions, etc.

Activité de lecture:

1. Demandez aux élèves de lire le texte ci-dessus et de prendre des notes sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'Amazon Handmade comme plateforme de commerce électronique.



2. Demandez aux élèves de résumer leurs notes dans un court paragraphe et de le présenter à la classe.

Activité d'expression orale:

1. Demandez aux élèves de travailler en binômes et de jouer une conversation entre un vendeur et un client. Le vendeur doit essayer de persuader le client d'acheter son produit fait à la main dans sa boutique Amazon Handmade.
2. Après le jeu de rôle, demandez aux élèves de discuter des avantages et des inconvénients de l'utilisation d'Amazon Handmade comme place de marché pour le vendeur et le client.

Resources:

- Amazon Handmade site internet (<https://www.amazon.com/handmade>)
- Amazon Handmade Appli mobile (<https://www.amazon.com/handmade/mobile>)
- Amazon Handmade Analyses et informations (<https://www.amazon.com/handmade/analytics>)

2.D. Cratejoy



Cratejoy est une plate-forme de commerce électronique spécialisée dans les entreprises de boîtes d'abonnement. Il s'agit d'une plateforme qui permet aux particuliers et aux petites entreprises de créer et de gérer leurs propres services de boîtes d'abonnement, et de les vendre à un public mondial.

L'un des principaux avantages de Cratejoy est qu'il se concentre sur les entreprises de boîtes d'abonnement.

Cette orientation de niche permet aux vendeurs d'exploiter un marché spécifique de clients qui souhaitent s'abonner à un service qui fournit des produits sur une base régulière. De plus, Cratejoy offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les vendeurs à créer et



à gérer leurs services de boîtes d'abonnement, notamment des pages de paiement personnalisables, la gestion des commandes et l'analyse.

Un autre avantage de Cratejoy est son évolutivité. La plateforme peut évoluer avec votre entreprise, quelle que soit la taille de votre service de boîte d'abonnement. Cratejoy peut gérer un petit nombre d'abonnés, ainsi qu'un grand nombre d'abonnés et de clients avec la même facilité. De plus, Cratejoy offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les entreprises à gérer leurs stocks, à exécuter les commandes et à gérer le service client.

Cratejoy propose également une variété d'options de paiement, ce qui permet aux utilisateurs d'accepter les paiements de clients dans différents pays et devises. Cratejoy prend également en charge un large éventail de passerelles de paiement, notamment PayPal, Stripe et Square.

Pour les personnes ayant moins d'opportunités, Cratejoy peut être une plate-forme précieuse pour démarrer leur propre entreprise. L'accent mis par Cratejoy sur les entreprises de boîtes d'abonnement leur permet d'exploiter un marché spécifique de clients. De plus, l'évolutivité de la plateforme et le large éventail de fonctionnalités et d'outils proposés peuvent les aider à créer et à gérer leur propre service de boîtes d'abonnement, et à développer leur activité au fil du temps.

Cependant, comme toute autre plateforme, Cratejoy a aussi ses inconvénients. L'un des principaux inconvénients de Cratejoy est la concurrence. Comme le marché des boîtes d'abonnement est en pleine croissance, il peut être difficile pour les nouveaux vendeurs de se démarquer et d'attirer des clients. De plus, étant donné que Cratejoy se spécialise dans les entreprises de boîtes d'abonnement, il peut être difficile pour les vendeurs de développer leurs activités et d'augmenter leurs ventes s'ils ne sont pas en mesure de trouver le bon créneau ou le bon marché.

Un autre inconvénient de Cratejoy est qu'il a des limites en termes de personnalisation et de branding. Bien que les vendeurs puissent personnaliser leurs annonces et leurs vitrines dans une certaine mesure, ce n'est peut-être pas autant que d'autres plateformes de commerce électronique. De plus, l'image de marque de Cratejoy est cohérente dans tous les magasins, ce qui peut rendre difficile pour les vendeurs de créer une identité unique pour leur entreprise.



Enfin, le support client de Cratejoy est un autre domaine dans lequel la plateforme pourrait s'améliorer. Certains utilisateurs ont signalé que le support client n'est pas toujours réactif ou utile et qu'il peut être difficile d'entrer en contact avec un représentant.

En conclusion, Cratejoy est une plateforme de commerce électronique spécialisée dans les entreprises de boîtes d'abonnement. Il offre un marché de niche, une évolutivité et une large gamme.

Plan de cours: Cratejoy et d'autres plateformes de commerce électronique

OBJECTIF : Comparer la plateforme Cratejoy avec d'autres plateformes de vente populaires et évaluer les avantages et les inconvénients de chacune.

PROCÉDURE:

1. Introduction au thème des plateformes de vente en ligne et à leur importance dans l'industrie du commerce électronique.
2. Présentation de la plateforme Cratejoy et de ses fonctionnalités, y compris les modèles d'abonnement et les vitrines personnalisables.
3. Effectuez des recherches en binôme à l'aide de téléphones et d'Internet pour recueillir des informations sur d'autres plateformes de vente populaires telles que Shopify, Amazon et Etsy.
4. Discussion et comparaison des plates-formes en fonction des fonctionnalités, des prix et des avis des utilisateurs.
5. Conclusion et évaluation de la meilleure plate-forme pour un modèle d'affaires ou un produit spécifique.

ACTIVITÉS:

- Introduction au thème des plateformes de vente en ligne (5 minutes)
- Présentation sur Cratejoy (10 minutes)
- Activité de recherche en binôme (10 minutes)
- Discussion et comparaison des plateformes (5 minutes)



- Conclusion et évaluation (5 minutes)

DOCUMENTS:

- Liste des plateformes de vente en ligne populaires
- Modèle de tableau comparatif pour évaluer les plateformes

QUESTIONS DE COMPRÉHENSION :

- Quelles sont les principales caractéristiques de la plateforme Cratejoy ?
- Comment Cratejoy se compare-t-il aux autres plateformes de vente en ligne populaires en termes de prix ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de l'utilisation de Cratejoy pour votre entreprise ?
- Quelle est la meilleure plateforme pour un modèle d'affaires ou un produit spécifique?

DISCUSSION:

- Comment Cratejoy se démarque-t-il des autres plateformes en termes de fonctionnalités et de prix ?
- Quels sont les principaux éléments à prendre en compte lors du choix d'une plateforme de vente en ligne pour votre entreprise ?
- Y a-t-il d'autres plateformes qui, selon vous, devraient être envisagées ?

MATÉRIAUX:

- Téléphone
- Internet
- Travail en binôme



2.E. Hyena Cart for eco-friendly products



Hyena Cart est une plateforme de commerce électronique spécialisée dans les produits écologiques et durables. Il s'agit d'une place de marché en ligne qui permet aux petites entreprises et aux artisans de vendre leurs produits écologiques et durables à un public

mondial.

L'un des principaux avantages de Hyena Cart est l'accent mis sur les produits écologiques et durables. Cette niche permet aux vendeurs d'accéder à un marché spécifique de clients intéressés par l'achat de produits respectueux de l'environnement et durables. De plus, Hyena Cart offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les vendeurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne, telles que des pages de paiement personnalisables, la gestion des commandes et l'analyse.

Un autre avantage de Hyena Cart est son orientation communautaire. La plateforme encourage et soutient les entreprises et les produits durables et respectueux de l'environnement, et elle dispose d'une grande communauté d'acheteurs et de vendeurs qui partagent des valeurs et des objectifs similaires. Cette communauté peut fournir un soutien et des conseils aux vendeurs, et elle peut également contribuer à créer un sentiment de communauté et d'appartenance pour les vendeurs.

Hyena Cart offre également une variété d'options de paiement, ce qui permet aux utilisateurs d'accepter les paiements de clients dans différents pays et devises. Hyena Cart prend également en charge un large éventail de passerelles de paiement, notamment PayPal, Stripe et Square.

Pour les personnes ayant moins d'opportunités, Hyena Cart peut être une plate-forme précieuse pour démarrer leur propre entreprise. L'accent mis par Hyena Cart sur les produits écologiques et durables lui permet d'accéder à un marché spécifique de clients. De plus, l'accent mis sur la communauté de la plateforme et le large éventail de fonctionnalités et d'outils proposés peuvent les aider à créer et à gérer leur propre entreprise écologique et durable et à développer leur activité au fil du temps.



Hyena Cart se distingue des autres plateformes de commerce électronique par l'accent mis sur la durabilité. La plateforme encourage et soutient les entreprises et les produits durables et respectueux de l'environnement. La plateforme encourage également la transparence et l'honnêteté de la part de ses vendeurs et exige que tous les produits vendus sur la plateforme soient respectueux de l'environnement, durables et non toxiques. Elle a également une mission et des valeurs vertes qui incluent le recyclage, la réduction des déchets et l'éducation des clients sur un mode de vie durable.

Cependant, comme toute autre plateforme, Hyena Cart a aussi ses inconvénients. L'un des principaux inconvénients de Hyena Cart est la concurrence. Alors que le marché écologique se développe, d'autres plateformes ont inclus des fonctionnalités ciblant les produits artisanaux durables.

Lesson Plan: Comparaison des matériaux et des prix sur Hyena Cart

Visées:

1. Familiariser les étudiants avec la plateforme de commerce électronique Hyena Cart et son accent sur les produits écologiques et durables.
2. Comprendre comment les matériaux utilisés dans les différents produits sur Hyena Cart affectent les prix et la disponibilité des produits dans différents pays.
3. Comparer et contraster les matériaux utilisés dans différents produits sur Hyena Cart et comment cela se reflète dans les prix et la disponibilité des produits dans différents pays.

Procédure:

1. Commencez la leçon en présentant Hyena Cart et ses principales caractéristiques, notamment l'accent mis sur les produits écologiques et durables, l'accent mis sur la communauté et les options de paiement. Fournissez aux élèves le texte ci-dessus pour une lecture plus approfondie.



2. Organisez une discussion en classe sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation de Hyena Cart comme plate-forme de commerce électronique pour la vente de produits écologiques et durables.
3. Divisez les élèves en groupes et confiez-leur la tâche de rechercher et de comparer les matériaux utilisés dans différents produits sur Hyena Cart et comment cela affecte les prix et la disponibilité des produits dans différents pays.
4. Une fois la recherche terminée, demandez aux groupes de présenter leurs résultats à la classe et de discuter des modèles ou des tendances qu'ils ont observés.
5. Concluez la leçon en discutant de l'importance de tenir compte des matériaux utilisés dans les produits et de la façon dont cela peut affecter les prix et la disponibilité des produits dans différents pays.

Activités:

1. Recherche et discussion sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation de Hyena Cart comme plate-forme de commerce électronique pour la vente de produits écologiques et durables.
2. Recherche de groupe et comparaison des matériaux utilisés dans différents produits sur Hyena Cart et comment cela affecte les prix et la disponibilité des produits dans différents pays.
3. Présentation en groupe et discussion en classe sur les modèles et les tendances observés dans la recherche.

Resources:

- Hyena Cart site internet (<https://www.hyenacart.com/>)
- Hyena Cart Forum de la communauté (<https://www.hyenacart.com/forum>)
- Hyena Cart Politique de développement durable (<https://www.hyenacart.com/sustainability>)



2.F. iCraft



iCraft est une plateforme de commerce électronique spécialisée dans les produits faits à la main, uniques et durables. Il s'agit d'une place de marché en ligne qui permet aux petites entreprises et aux artisans de vendre leurs produits faits à la main,

uniques et durables à un public mondial. L'un des principaux avantages d'iCraft est qu'il met l'accent sur les produits faits à la main, uniques et durables. Cette niche permet aux vendeurs d'accéder à un marché spécifique de clients intéressés par l'achat de produits faits à la main, uniques et durables. De plus, iCraft offre un large éventail de fonctionnalités et d'outils pour aider les vendeurs à créer et à gérer leurs boutiques en ligne, telles que des pages de paiement personnalisables, la gestion des commandes et l'analyse.

Un autre avantage d'iCraft est son orientation communautaire. La plateforme encourage et soutient les entreprises et les produits durables et respectueux de l'environnement, et elle dispose d'une grande communauté d'acheteurs et de vendeurs qui partagent des valeurs et des objectifs similaires. Cette communauté peut fournir un soutien et des conseils aux vendeurs, et elle peut également contribuer à créer un sentiment de communauté et d'appartenance pour les vendeurs.

iCraft offre également une variété d'options de paiement, ce qui permet aux utilisateurs d'accepter les paiements de clients dans différents pays et devises. iCraft prend également en charge un large éventail de passerelles de paiement, notamment PayPal, Stripe et Square.

Pour les personnes ayant moins d'opportunités, iCraft peut être une plate-forme précieuse pour démarrer leur propre entreprise. L'accent mis par iCraft sur les produits faits à la main, uniques et durables lui permet d'accéder à un marché spécifique de clients. De plus, l'accent mis sur la communauté de la plateforme et le large éventail de fonctionnalités et d'outils proposés peuvent les aider à créer et à gérer leur propre entreprise écologique et durable et à développer leur activité au fil du temps.

iCraft se distingue des autres plateformes de commerce électronique par l'accent mis sur la durabilité et les produits faits à la main et uniques. La plateforme encourage et soutient les entreprises et les produits durables et respectueux de l'environnement. Il encourage également



la transparence et l'honnêteté de la part de ses vendeurs et exige que tous les produits vendus sur la plateforme soient respectueux de l'environnement, durables et non toxiques. Elle a également une mission et des valeurs vertes qui incluent le recyclage, la réduction des déchets et l'éducation des clients sur un mode de vie durable. De plus, iCraft donne également la priorité aux produits faits à la main et uniques, ce qui n'est pas aussi courant parmi les autres plateformes de commerce électronique.

Cependant, comme toute autre plateforme, iCraft a aussi ses inconvénients. L'un des principaux inconvénients d'iCraft est la concurrence. Alors que le marché de l'écologie et du fait main est en pleine croissance, il peut être difficile pour les nouveaux vendeurs de se démarquer et d'attirer des clients. De plus, comme iCraft se spécialise dans les produits faits à la main, uniques et durables, il peut être difficile pour les vendeurs de développer leurs activités et d'augmenter leurs ventes s'ils ne sont pas en mesure de trouver le bon créneau ou le bon marché.

Un autre inconvénient d'iCraft est qu'il a des limites en termes de personnalisation et de branding. Bien que les vendeurs puissent personnaliser leurs annonces et leurs vitrines dans une certaine mesure, ce n'est peut-être pas autant que d'autres plateformes de commerce électronique. De plus, l'image de marque d'iCraft est cohérente dans tous les magasins, ce qui peut rendre difficile pour les vendeurs de créer une identité unique pour leur entreprise.

Enfin, le support client d'iCraft est un autre domaine dans lequel la plate-forme pourrait s'améliorer.

Plan de leçon : Plateforme de commerce électronique iCraft

Visées:

- Comprendre ce qu'est iCraft et l'accent mis sur les produits faits à la main, uniques et durables
- Identifier les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'iCraft pour les personnes ayant moins d'opportunités
- Développer les compétences en lecture et en compréhension.



Activités:

1. Introduction (5 minutes) : Présentez le sujet de la leçon : la plateforme de commerce électronique iCraft.
2. Lecture (10 minutes) : Donnez aux élèves le texte sur iCraft et demandez-leur de le lire de manière autonome.
3. Questions de compréhension (10 minutes) : Posez aux élèves une série de questions de compréhension sur le texte pour vérifier leur compréhension. Voici quelques exemples de questions :
 - Quel est l'objectif principal d'iCraft ?
 - Quels sont les avantages de l'utilisation d'iCraft ?
 - En quoi iCraft diffère-t-il des autres plateformes de commerce électronique ?
 - Comment iCraft peut-il être utile pour les personnes ayant moins d'opportunités ?
 - Quels sont les inconvénients de l'utilisation d'iCraft ?
4. Discussion (5 minutes) : Ayez une discussion en classe sur les réponses aux questions de compréhension. Encouragez les élèves à partager leurs réflexions et leurs opinions sur iCraft et son accent sur les produits faits à la main, uniques et durables.
5. Conclusion (5 minutes) : Résumez les points principaux de la leçon et passez en revue les principaux points à retenir.

Évaluation:

- Observez les élèves pendant les activités de lecture et de compréhension des questions pour évaluer leur compréhension du texte.
- Utilisez la discussion en classe comme une évaluation informelle de leur compréhension et de leur capacité à analyser et à interpréter le texte.



Note: Les activités et les horaires peuvent être ajustés en fonction des disponibilités et des besoins.

2.2 Evaluation du module:

Plan de leçon :

Titre : Revue des plateformes de commerce électronique

Durée : 30 minutes

Visées:

- Initier les étudiants au concept de commerce électronique et aux différentes plateformes disponibles
- Encourager les élèves à réfléchir de manière critique aux avantages et aux défis du commerce électronique.
- Fournir aux étudiants une expérience pratique de l'utilisation d'une plateforme de commerce électronique

Matériaux:

- Un ordinateur ou une tablette pour chaque élève
- Accès à une plateforme de commerce électronique (p. ex., Amazon, Etsy, Shopify)

Procédure:

1. Introduction (5 minutes)

- Commencez la leçon en présentant le sujet du commerce électronique et les différentes plateformes disponibles. Demandez aux élèves s'ils ont déjà acheté quelque chose en ligne ou s'ils ont déjà entendu parler des plateformes de commerce électronique..

2. Vue d'ensemble de la plate-forme (10 minutes)

- En classe, passez en revue les différentes plateformes de commerce électronique disponibles, notamment Amazon, Etsy et Shopify. Discutez des caractéristiques et des avantages de chaque plateforme.



3. Activité pratique (10 minutes)

- Divisez la classe en petits groupes et attribuez à chaque groupe une plate-forme de commerce électronique différente à explorer. Demandez aux élèves de naviguer sur la plateforme et de se familiariser avec ses fonctionnalités.

4. Discussion (5 minutes)

- Demandez à chaque groupe de partager son expérience d'utilisation de la plateforme et de discuter des avantages et des défis liés à l'utilisation de cette plateforme spécifique pour les ventes en ligne.

5. Tâche de suivi (5 minutes)

- Assignez aux élèves la tâche de rechercher et de comparer les frais et les commissions des différentes plateformes de commerce électronique. Ils doivent être en mesure d'identifier les plateformes qui leur conviendraient le mieux pour leurs propres ventes en ligne potentielles.

6. Conclusion (5 minutes)

- Résumez les points principaux de la leçon et rappelez aux élèves les différentes plateformes de commerce électronique disponibles. Encouragez les élèves à continuer d'explorer les plateformes de commerce électronique par eux-mêmes et à être conscients des coûts, des avantages et des défis de chaque plateforme.

En plus de ce qui précède, vous pouvez également envisager d'ajouter les activités suivantes pour revoir ce qui a été appris :

- Demandez aux élèves de créer un compte sur l'une des plateformes et demandez-leur d'inscrire un article qu'ils aimeraient vendre, afin de mieux comprendre le processus.
- Demandez aux élèves de faire des recherches sur la concurrence sur la plateforme qu'ils ont choisie et de réfléchir à des stratégies pour se démarquer.
- Demandez aux élèves de faire des recherches sur les possibilités de marketing sur la plateforme qu'ils ont choisie et de réfléchir à des stratégies pour promouvoir leurs articles.

Module 3: Online marketing and social media



Le marketing en ligne et les médias sociaux sont deux domaines vastes et interconnectés qui impliquent l'utilisation d'Internet et des plateformes de médias sociaux pour promouvoir des produits, des marques et des services. Le marketing en ligne englobe une gamme de tactiques et de stratégies, telles que l'optimisation des moteurs de recherche (SEO), le marketing de contenu, le marketing par e-mail, le marketing des médias sociaux et la publicité en ligne. Ces stratégies sont utilisées pour attirer et engager les clients, et pour les convertir en clients payants.

Les médias sociaux, quant à eux, font référence aux diverses plateformes et communautés en ligne qui permettent aux utilisateurs de se connecter, de partager du contenu et de participer à des discussions en ligne. Parmi les plateformes de médias sociaux populaires, citons Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn et Pinterest. Les entreprises peuvent utiliser les médias sociaux pour communiquer avec les clients, promouvoir leurs produits et services et recueillir des commentaires et des idées. Dans l'ensemble, le marketing en ligne et les médias sociaux sont des outils puissants pour atteindre et engager les clients à l'ère numérique, et ils peuvent être utilisés pour promouvoir efficacement les produits, renforcer la notoriété de la marque et stimuler les ventes.



Voici quelques exemples de techniques et de stratégies que les entreprises et les organisations peuvent utiliser pour un marketing en ligne et une promotion efficaces sur les médias sociaux afin de promouvoir des produits, de renforcer la notoriété de la marque et de générer des ventes :

Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)

En optimisant leur site Web pour les moteurs de recherche, les entreprises et les organisations peuvent augmenter la visibilité de leurs produits et services et attirer plus de clients potentiels. Cela peut inclure l'optimisation du contenu du site Web et des balises méta, la création de backlinks et la création d'un contenu de haute qualité.

Marketing de contenu

En créant et en distribuant du contenu précieux et pertinent, les entreprises et les organisations peuvent attirer et fidéliser les clients et renforcer la notoriété de la marque. Cela peut inclure la création d'articles de blog, d'articles, de vidéos, d'infographies, etc.

Marketing sur les réseaux sociaux

En utilisant des plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn, les entreprises et les organisations peuvent atteindre et interagir avec leur public, renforcer la notoriété de la marque et stimuler les ventes. Il peut s'agir de créer et de partager du contenu, de diffuser des publicités sur les réseaux sociaux et d'interagir avec les clients par le biais de commentaires et de messages.

Marketing par e-mail

En envoyant des campagnes d'e-mail ciblées et pertinentes, les entreprises et les organisations peuvent promouvoir des produits, renforcer la notoriété de la marque et générer des ventes. Cela peut inclure l'envoi d'e-mails promotionnels, de newsletters et de campagnes d'e-mails automatisés.



Marketing par influenceurs

En travaillant avec des personnes influentes dans leur secteur ou leur créneau, les entreprises et les organisations peuvent atteindre de nouveaux publics, renforcer la notoriété de la marque et augmenter les ventes. Il peut s'agir de travailler avec des blogueurs, des YouTubers ou d'autres influenceurs des médias sociaux pour créer du contenu sponsorisé, des critiques de produits ou d'autres formes de promotion.

Le marketing d'influence est une stratégie par laquelle les entreprises et les organisations travaillent avec des personnes influentes dans leur secteur ou leur créneau pour atteindre de nouveaux publics, renforcer la notoriété de la marque et augmenter les ventes.

Il peut s'agir de travailler avec des blogueurs, des vlogueurs ou d'autres influenceurs en ligne pour créer du contenu sponsorisé, des critiques de produits ou d'autres formes de promotion. Les influenceurs ont déjà un public fidèle et sont considérés comme une autorité dans leur domaine, leurs recommandations ont donc un plus grand pouvoir de persuasion.

Une autre méthode peut consister à mettre en place des campagnes d'ambassadeurs de marque où les influenceurs deviennent des représentants officiels de la marque, en utilisant et en promouvant ses produits dans leur contenu.

Grâce à cette stratégie, les entreprises et les organisations peuvent utiliser l'autorité et la crédibilité des influenceurs pour atteindre leurs objectifs marketing et atteindre de nouveaux publics.

Reciblage

En utilisant des techniques de reciblage, les entreprises et les organisations peuvent cibler les annonces sur les utilisateurs qui ont déjà visité leur site Web ou interagi avec leurs produits. Cela peut aider à augmenter la probabilité de générer des ventes de la part d'utilisateurs qui ont déjà exprimé leur intérêt pour l'entreprise ou le produit.

Le reciblage est une technique par laquelle les entreprises et les organisations peuvent cibler les annonces sur les utilisateurs qui ont déjà visité leur site ou interagi avec leurs produits. Cela



peut aider à augmenter les chances de générer des ventes de la part d'utilisateurs qui ont déjà exprimé leur intérêt pour l'entreprise ou le produit en question.

Cela peut se faire par le biais de cookies ou d'autres technologies de suivi qui permettent aux entreprises et aux organisations d'identifier les utilisateurs qui ont interagi avec leur site et de leur montrer des publicités pertinentes lorsqu'ils accèdent à d'autres sites ou plateformes.

Par exemple, si un utilisateur a visité le site Web d'une entreprise de vêtements et n'a pas effectué d'achat, l'entreprise peut utiliser le reciblage pour lui montrer des publicités avec les produits qu'il a vus en accédant à d'autres sites Web ou plateformes de médias sociaux. Cela peut aider à augmenter les chances que l'utilisateur revienne et finalise l'achat.

Le reciblage est une méthode efficace pour atteindre les utilisateurs qui ont déjà manifesté de l'intérêt pour les produits ou services d'une entreprise et qui peut contribuer à augmenter les ventes et la notoriété de la marque.

En utilisant une combinaison de ces techniques et stratégies, les entreprises et les organisations peuvent promouvoir efficacement leurs produits, renforcer la notoriété de la marque et générer des ventes grâce au marketing en ligne et aux médias sociaux.

Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur le marketing en ligne et les médias sociaux

Activité 1. Introduction au marketing en ligne et aux médias sociaux :

Les participants découvriront les différentes tactiques et stratégies utilisées dans le marketing en ligne, ainsi que l'importance d'utiliser ces stratégies pour atteindre et engager les clients à l'ère numérique.

Activité 2. Atelier sur l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) :

Les participants apprendront les bases du référencement, y compris la recherche de mots-clés, les balises méta, la création de backlinks et la création de contenu de haute qualité. Ils auront également la possibilité d'optimiser un site Web pour le référencement à l'aide d'un modèle fourni.



Activité 3. Atelier sur le marketing de contenu :

Les participants apprendront l'importance de créer et de distribuer du contenu précieux et pertinent pour attirer et fidéliser les clients, et renforcer la notoriété de la marque. Ils auront également la possibilité de créer leur propre contenu (article de blog, vidéo, infographie) et de recevoir des commentaires sur celui-ci.

Activité 4. Atelier sur le marketing des médias sociaux :

Les participants découvriront les différents réseaux sociaux marketing :

Le marketing des médias sociaux est une stratégie que les entreprises et les organisations utilisent pour atteindre et interagir avec leur public sur les plateformes de médias sociaux, telles que Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn. Il peut s'agir de créer et de partager du contenu, de diffuser des publicités sur les réseaux sociaux et d'interagir avec les clients par le biais de commentaires et de messages.

Activité 5. Évaluation

Tâche à accomplir pour les participants ciblés de CAZE :

Choose one of the online marketing and social media techniques or strategies discussed above (ex. SEO, content marketing, social media marketing, email marketing, influencer marketing, or retargeting) and research it further. Create a presentation or a report that includes the following information:

1. Un bref aperçu de la technique ou de la stratégie
 - Les avantages et les objectifs de son utilisation
 - Comment cela peut-il être mis en œuvre et meilleures pratiques
 - Exemples d'entreprises ou d'organisations qui ont utilisé avec succès la technique ou la stratégie
 - Les défis ou les inconvénients potentiels de l'utilisation de la technique ou de la stratégie
 - L'impact de la technique ou de la stratégie sur l'ensemble du marketing en ligne et des médias sociaux
 - La présentation ou le rapport peut être partagé avec un groupe CAZE pour mettre en valeur votre compréhension et vos recherches sur la technique ou la stratégie choisie.



Quiz about “Online marketing and social media”

1. Vrai ou Faux : Le marketing en ligne et les médias sociaux sont deux domaines distincts sans lien.
 2. Vrai ou faux : Le référencement est une technique utilisée pour augmenter la visibilité d'un site web et attirer plus de clients potentiels.
 3. Vrai ou faux : Le marketing de contenu est une stratégie utilisée pour attirer et fidéliser les clients et renforcer la notoriété de la marque.
 4. Vrai ou faux : Les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Twitter et Instagram peuvent être utilisées pour atteindre et interagir avec les clients et stimuler les ventes.
 5. Vrai ou faux : Le marketing par e-mail est une stratégie utilisée pour promouvoir des produits et générer des ventes grâce à des campagnes d'e-mail ciblées et pertinentes.
 6. Vrai ou faux : Le marketing d'influence est une stratégie qui consiste à travailler avec des personnes influentes pour atteindre de nouveaux publics, renforcer la notoriété de la marque et augmenter les ventes.
 7. Vrai ou faux : Les campagnes d'ambassadeurs de marque sont une méthode de marketing d'influence où l'influenceur devient un représentant officiel de la marque.
 8. Vrai ou Faux : Le reciblage est une technique utilisée pour cibler les annonces sur les utilisateurs qui ont déjà visité un site Web ou interagi avec un produit.
 9. Vrai ou faux : L'objectif du marketing en ligne et des médias sociaux est de convertir les clients potentiels en clients payants.
 10. Vrai ou faux : Le marketing en ligne et les médias sociaux ne sont pas des outils puissants pour atteindre et engager les clients à l'ère numérique.
- {1.Faux ;2.Vrai ;3.Vrai ;4.Vrai ;5.Vrai ;6.Vrai ;7.Vrai ;8.Vrai ;9.Vrai ;10.Faux }

3.1. Analytique Web

L'analyse Web est le processus d'analyse et de production de rapports sur les données d'un site Web afin de comprendre et d'optimiser l'utilisation du site Web. Il s'agit de collecter, de mesurer et d'interpréter des données sur le trafic et les habitudes d'utilisation d'un site Web, dans le but de comprendre comment les visiteurs interagissent avec un site Web et comment améliorer leur expérience.

Les outils d'analyse Web suivent généralement des indicateurs tels que les pages vues, les visiteurs uniques, le taux de rebond et le taux de conversion. Ces données sont utilisées pour comprendre quelles pages et quels contenus sont les plus populaires, d'où viennent les visiteurs et comment ils interagissent avec le site. L'analyse Web peut également être utilisée pour identifier les problèmes d'un site Web, tels que les liens brisés ou les temps de chargement lents, et pour développer des stratégies visant à améliorer les performances et la convivialité du site Web.

Dans l'ensemble, l'analyse Web est un aspect important du marketing en ligne et peut fournir des informations précieuses sur l'efficacité d'un site Web et les moyens de l'améliorer.

Voici des exemples de la façon dont l'analyse Web peut être utilisée pour améliorer un site Web :

1. Identifier le contenu populaire : en analysant les données sur les pages vues et l'engagement, l'analyse Web peut vous aider à identifier les pages et le contenu les plus populaires sur votre site Web. Cela peut vous aider à hiérarchiser et à concentrer vos ressources sur la création d'un plus grand nombre de types de contenu qui trouvent un écho auprès de votre public.



Il existe plusieurs mesures qui peuvent être utilisées pour identifier le contenu populaire sur un site Web à des fins d'analyse Web :



Pages vues : cette mesure mesure le nombre de fois qu'une page spécifique a été consultée. Les pages avec un nombre élevé de vues sont généralement considérées comme populaires.

Visiteurs uniques : cette mesure mesure le nombre de personnes uniques qui ont visité une page spécifique. Les pages avec un nombre élevé de visiteurs uniques sont également généralement considérées comme populaires.

Temps passé sur la page : cette mesure mesure le temps qu'un visiteur passe sur une page spécifique. Les pages qui engagent les visiteurs et retiennent leur attention pendant de longues périodes sont généralement considérées comme plus populaires.

Taux de rebond : cette mesure, mesure le pourcentage de visiteurs qui quittent un site Web après avoir consulté une seule page. Les pages avec un faible taux de rebond sont généralement considérées comme plus populaires, car elles sont capables d'engager les visiteurs et de les garder sur le site.

Partages sur les réseaux sociaux : cette mesure, mesure le nombre de fois qu'une page ou un contenu a été partagé sur les plateformes de médias sociaux. Les pages ou le contenu avec un nombre élevé de partages sur les réseaux sociaux sont généralement considérés comme populaires.

En analysant ces mesures, vous pouvez avoir une idée des pages et du contenu les plus populaires sur votre site Web et utiliser ces informations pour éclairer votre stratégie de contenu.

1. **Amélioration de la navigation sur le site Web** : En analysant les données sur la façon dont les visiteurs interagissent avec votre site Web, l'analyse Web peut vous aider à identifier tout problème de navigation ou de convivialité. Par exemple, vous pourriez découvrir que les visiteurs ont du mal à trouver certaines pages ou qu'ils rebondissent rapidement sur le site. Ces informations peuvent vous aider à apporter des modifications pour améliorer la navigation et l'expérience utilisateur sur votre site Web.



There are several metrics that can be used to understand how visitors are interacting with a website:

Pages vues : cette mesure mesure le nombre de fois qu'une page spécifique a été consultée. Un nombre élevé de pages vues peut indiquer qu'une page est populaire ou qu'elle est fréquemment consultée par les visiteurs.

Temps passé sur la page : cette mesure mesure le temps qu'un visiteur passe sur une page spécifique. Un temps élevé sur la page peut indiquer qu'une page est engageante et retient l'attention du visiteur.

Taux de rebond : cette mesure mesure le pourcentage de visiteurs qui quittent un site Web après avoir consulté une seule page. Un faible taux de rebond peut indiquer qu'une page est attrayante et encourage les visiteurs à explorer d'autres parties du site.

Profondeur de défilement : cette mesure mesure la distance parcourue par un visiteur sur une page. Une profondeur de défilement élevée peut indiquer qu'un visiteur interagit avec le contenu de la page et qu'il souhaite en savoir plus.

Taux de clics (CTR) : cette mesure mesure le nombre de clics qu'une page ou un élément de contenu spécifique reçoit par rapport au nombre de fois qu'elle est vue ou diffusée. Un CTR élevé peut indiquer qu'une page ou un élément de contenu est pertinent et attrayant pour les visiteurs.



En analysant ces mesures, vous pouvez avoir une idée de la façon dont les visiteurs interagissent avec votre site Web et identifier les domaines qui pourraient avoir besoin d'être améliorés.

2. Augmenter les taux de conversion : L'analyse Web peut être utilisée pour comprendre les comportements et les caractéristiques des visiteurs qui convertissent, telles que les pages qu'ils visitent et les actions qu'ils effectuent sur le site. En analysant ces données, vous pouvez identifier les opportunités d'optimisation de votre site Web et de vos efforts de marketing afin d'augmenter le nombre de visiteurs qui effectuent une action souhaitée, comme effectuer un achat ou remplir un formulaire.



Il existe plusieurs façons d'essayer d'augmenter votre taux de conversion :

Optimisez votre site Web pour les conversions : assurez-vous que votre site Web est conçu pour encourager les visiteurs à effectuer une action spécifique, comme effectuer un achat ou remplir un formulaire. Il peut s'agir d'améliorer la mise en page et la conception de votre site, de simplifier votre navigation et de permettre aux visiteurs de trouver facilement ce qu'ils cherchent.

Testez différents éléments de votre site Web : utilisez des outils tels que les tests A/B pour comparer les performances des différentes versions de votre site Web et identifier les éléments les plus efficaces pour générer des conversions. Il peut s'agir de tester différents titres, images, boutons ou formulaires.



Offrez des incitations : envisagez d'offrir des incitations, telles que des remises ou la livraison gratuite, pour encourager les visiteurs à effectuer une action spécifique.

Améliorez la vitesse de chargement de votre site Web : un site Web à chargement lent peut faire fuir les visiteurs, alors assurez-vous que votre site est optimisé pour des temps de chargement rapides.

Améliorez l'expérience utilisateur : assurez-vous que votre site Web est facile à utiliser et offre une bonne expérience utilisateur. Il peut s'agir d'améliorer la conception globale de votre site, de le rendre adapté aux mobiles et de s'assurer qu'il est facile de naviguer.

En mettant en œuvre ces stratégies, vous pourrez peut-être améliorer votre taux de conversion et augmenter le nombre de visiteurs qui effectuent une action souhaitée sur votre site Web.

3. Identifier les sources de référence : l'analyse Web peut vous aider à comprendre d'où viennent vos visiteurs, tels que les moteurs de recherche, les médias sociaux ou d'autres sites Web. Ces informations peuvent être utiles pour vous aider à identifier les canaux les plus efficaces pour générer du trafic vers votre site et pour vous aider à allouer vos ressources marketing en conséquence.



Il existe plusieurs façons d'identifier les sources de trafic référent vers votre site Web :

Utilisez Google Analytics : si vous avez configuré Google Analytics sur votre site Web, vous pouvez utiliser le rapport « Acquisition » pour afficher le trafic référent. Ce rapport vous



montrera quels sites Web envoient du trafic vers votre site, ainsi que le nombre de visites et d'autres mesures.

Vérifiez les journaux de référence de votre site Web : La plupart des serveurs Web conservent des journaux du trafic de référence, auxquels vous pouvez accéder via le panneau de contrôle de votre site Web ou à l'aide d'un outil comme Awstats.

Utilisez un outil d'analyse de liens : Il existe plusieurs outils qui peuvent vous aider à identifier les sources de trafic de référence vers votre site Web. Ces outils peuvent fournir des informations détaillées sur les liens pointant vers votre site, y compris le site Web référent et le texte d'ancrage utilisé.

En identifiant les sources de trafic de référence vers votre site Web, vous pouvez mieux comprendre quels sites Web génèrent du trafic vers votre site et comment ils le font. Ces informations peuvent être utiles pour améliorer vos efforts de marketing et identifier les opportunités de sensibilisation et de partenariat.

Les références font partie des méthodes de prospection les plus précieuses utilisées par les commerciaux pour générer de nouveaux leads, et donc de nouveaux clients. Une recommandation commerciale a lieu lorsqu'un défenseur fournit le nom et les coordonnées d'un prospect à son représentant commercial. Un défenseur de la marque, ou source de référence, est toute personne qui élève votre marque grâce au bouche-à-oreille. Ils partagent des informations sur votre entreprise avec leurs réseaux dans des conversations, des médias sociaux, des e-mails, des SMS, etc.

4. **Mesurer l'efficacité des campagnes marketing :** En analysant les données sur le trafic et les conversions sur le site Web, l'analyse Web peut vous aider à mesurer l'efficacité de vos campagnes marketing et à comprendre quelles tactiques fonctionnent le mieux. Par exemple, vous pouvez utiliser l'analyse Web pour comparer les performances de différentes campagnes publicitaires ou pour voir comment le trafic provenant d'une source de référence spécifique se convertit. Ces informations peuvent vous aider à optimiser vos efforts de marketing et à tirer le meilleur parti de votre budget.



Il existe plusieurs indicateurs que vous pouvez utiliser pour mesurer l'efficacité de vos campagnes marketing :

Taux de conversion : cette mesure mesure le pourcentage de visiteurs qui effectuent une action souhaitée sur votre site Web, comme effectuer un achat ou remplir un formulaire. Un taux de conversion élevé peut indiquer que vos campagnes marketing sont efficaces pour générer du trafic ciblé vers votre site.

Retour sur investissement (ROI) : Cette mesure mesure le profit ou la perte générée par une campagne marketing par rapport à l'argent investi dans celle-ci. Un retour sur investissement élevé peut indiquer qu'une campagne génère un bon retour sur investissement.

Coût par acquisition (CPA) : cette mesure mesure le coût d'acquisition d'un client par le biais d'une campagne marketing. Un CPA faible peut indiquer qu'une campagne est efficace pour générer des conversions.

Trafic : vous pouvez utiliser des outils tels que Google Analytics pour mesurer la quantité de trafic que votre site Web reçoit d'une campagne marketing. Un niveau de trafic élevé peut indiquer qu'une campagne réussit à attirer des visiteurs sur votre site.



Engagement : cette mesure mesure la façon dont les utilisateurs interagissent activement et positivement avec votre site Web ou votre contenu marketing. Des niveaux élevés d'engagement peuvent indiquer qu'une campagne trouve un écho auprès de votre public.

En suivant et en analysant régulièrement ces mesures, vous pouvez avoir une idée des campagnes marketing les plus efficaces et apporter les ajustements nécessaires.

Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur l'analytique Web

Activité 1 : Introduction à l'analytique Web

Une présentation interactive d'une heure sur ce qu'est l'analyse Web et comment elle peut être utilisée pour comprendre et optimiser l'utilisation du site Web. Discussions sur l'importance du suivi des mesures telles que les pages vues, les visiteurs uniques, le taux de rebond et le taux de conversion, et sur la façon dont ces données peuvent être utilisées pour identifier les problèmes et développer des stratégies pour améliorer les performances et la convivialité du site Web.

Activité 2 : Analytique Web pratique

Un atelier de deux heures où les participants peuvent expérimenter différents outils d'analyse Web et commencer à collecter et à analyser des données sur leur propre site Web ou sur un exemple de site Web fourni. Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils sur la façon d'interpréter et d'utiliser les données.

Activité 3 : Identifier le contenu populaire

Une discussion de groupe d'une heure sur la façon d'utiliser les mesures d'analyse Web telles que les pages vues, les visiteurs uniques, le temps passé sur la page, le taux de rebond et les partages sur les médias sociaux pour identifier le contenu populaire sur un site Web et éclairer la stratégie de contenu. Exercices d'équipe pour analyser des échantillons de données et identifier le contenu populaire.



Activité 4 : Améliorer la navigation sur le site Web

Un atelier de deux heures où les participants peuvent apprendre à utiliser les données d'analyse Web pour améliorer la navigation sur le site Web et l'expérience utilisateur. Discussions sur la façon d'analyser des indicateurs tels que les pages vues, le temps passé sur la page, le taux de rebond, la profondeur de défilement et le taux de clics pour identifier les problèmes de navigation et les solutions potentielles. Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils sur la façon de mettre en œuvre les changements.

Activité 5 : Évaluation et amélioration de la performance d'un site Web

Une discussion de groupe d'une heure sur la façon d'utiliser les données d'analyse Web pour évaluer la performance globale d'un site Web et identifier les domaines à améliorer. Exercices d'équipe pour analyser des échantillons de données et développer des stratégies pour améliorer les performances du site Web.

Tâches à effectuer pour les participants ciblés de CAZE :

Tâche 1 :

Analyser les données de trafic et d'utilisation d'un site web à l'aide d'outils d'analyse web (ex : Google Analytics). Identifiez les contenus les plus populaires et analysez les métriques associées (ex : nombre de vues, visiteurs uniques, temps passé sur la page, taux d'abandon, etc.). Utilisez ces informations pour améliorer votre stratégie de contenu et optimiser l'expérience utilisateur sur le site web.

Tâche 2 :

Il utilise les données collectées par le biais de l'analyse Web pour identifier les problèmes de navigation et d'utilisation du site Web. Il analyse des mesures telles que le nombre de pages vues, le temps passé sur la page, le taux d'abandon et la profondeur de défilement pour comprendre comment les visiteurs interagissent avec le site Web. Utilisez ces informations pour apporter des modifications et améliorer la navigation et la convivialité du site Web pour les visiteurs.



QUIZ

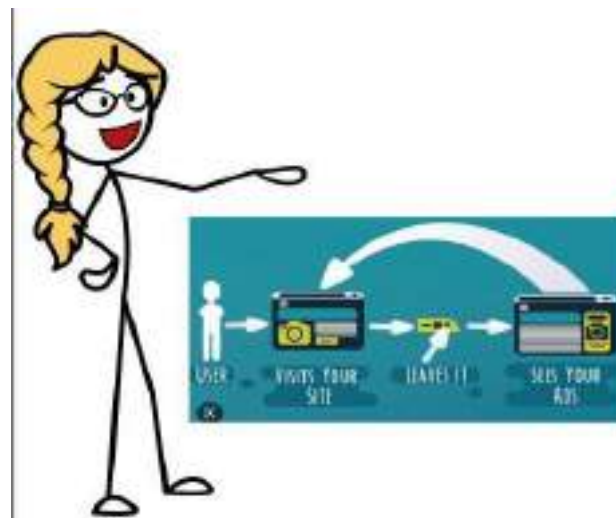
1. Quelle est la définition de l'analyse web ?
 - a) Le processus d'analyse des données financières d'une entreprise
 - b) Le processus d'analyse et de communication des données du site Web
 - c) Le processus de conception et de développement d'un site web
2. Quel type de données est collecté par le biais de l'analyse Web ?
 - a) Données relatives à la performance financière d'une entreprise
 - b) Données sur le trafic et le comportement des visiteurs d'un site web
 - c) Données relatives aux ressources humaines d'une entreprise
3. Quel est l'objectif de l'analyse web ?
 - a) Identifier les problèmes avec un site web
 - b) Optimiser la performance financière d'une entreprise
 - c) Les deux a) et b)
4. Quelles sont les mesures utilisées dans l'analyse Web pour identifier le contenu populaire d'un site ?
 - a) Nombre de ventes
 - b) Nombre de pages vues, de visiteurs uniques, de taux d'abandon et de partages sur les réseaux sociaux
 - c) Le nombre d'employés d'une entreprise
5. Quels sont les indicateurs utilisés dans l'analyse Web pour comprendre comment les visiteurs interagissent avec un site Web ?
 - a) Nombre de ventes
 - b) Nombre de pages vues, temps passé sur la page, taux d'abandon et profondeur de défilement
 - c) Le nombre d'employés d'une entreprise
6. Quel est le problème courant identifié par l'analyse Web ?
 - a) Problèmes de trésorerie d'une entreprise
 - b) Problèmes de navigation ou d'ergonomie d'un site web
 - c) Problèmes avec les ressources humaines d'une entreprise
7. Quelle est l'une des façons dont l'analyse Web peut être utilisée pour améliorer un site Web?
 - a) Identification du contenu populaire
 - b) Identifier et résoudre les problèmes de navigation ou d'utilisabilité
 - c) Augmenter le nombre d'employés d'une entreprise

8. Quelle est l'une des façons dont l'analyse Web peut être utilisée pour atteindre les objectifs marketing d'une entreprise ?

- a) Identifier et résoudre les problèmes financiers d'une entreprise
 - b) Identification et ciblage des visiteurs qui ont manifesté de l'intérêt pour les produits ou services d'une entreprise
 - c) Augmenter le nombre d'employés d'une entreprise
- {1.b ; 2.b ; 3.a et b ; 4.b ; 5.b ; 6.b ; 7.a et b ; 8.b}

3.2. Publicité contextuelle. Pratique directe et verbale des statistiques

La publicité contextuelle fait référence à la pratique consistant à afficher des publicités sur des sites Web ou d'autres plateformes en ligne qui sont pertinentes pour le contenu de la page ou les intérêts de l'utilisateur. Ce type de publicité est généralement ciblé et personnalisé, en utilisant des informations sur l'historique de navigation ou les requêtes de recherche de l'utilisateur pour lui montrer des publicités plus susceptibles de l'intéresser.



La publicité contextuelle directe consiste à afficher des publicités directement sur le site Web ou la plateforme sur laquelle l'utilisateur consulte le contenu. Cela peut se faire par l'utilisation de bannières publicitaires, de pop-ups ou d'autres types d'annonces graphiques.

La pratique Word Stat est un type de publicité contextuelle qui utilise des mots-clés pour cibler les annonces. Il s'agit d'identifier les mots-clés recherchés par les utilisateurs ou les termes les



plus pertinents pour le contenu d'un site Web, puis d'afficher des annonces liées à ces mots-clés.

La publicité contextuelle peut être un moyen efficace d'atteindre des clients potentiels, car elle permet aux annonceurs de cibler leurs publicités sur des publics spécifiques en fonction de leurs intérêts et de leurs habitudes de navigation. Cependant, il est important pour les annonceurs de s'assurer que leurs annonces sont pertinentes et non intrusives, afin d'éviter d'ennuyer ou d'aliéner les clients potentiels.

Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur la publicité contextuelle. Pratique directe et verbale des statistiques

Activité 1 : Introduction à la publicité contextuelle et à la publicité contextuelle directe

Présentation interactive d'une heure sur ce qu'est la publicité contextuelle et comment elle peut être utilisée pour cibler et personnaliser les publicités en fonction d'un public spécifique. Discussion sur les avantages et les meilleures pratiques de la publicité contextuelle directe, telles que l'utilisation de bannières publicitaires et de pop-ups.

Activité 2 : Pratique des statistiques de mots

Atelier de 2 heures sur la recherche de mots-clés et sur la façon d'utiliser les mots-clés pour cibler les annonces sur différentes plateformes. Les participants découvriront différents outils et stratégies pour identifier les mots-clés pertinents et comment les utiliser pour créer des campagnes publicitaires efficaces.

Activité 3 : Pratique

Séance pratique de 2 heures au cours de laquelle les participants appliqueront les concepts appris dans l'activité 2 en créant leur propre campagne publicitaire à l'aide de la pratique des statistiques Word. Les participants bénéficieront d'un mentorat individuel et d'une rétroaction.

Activité 4 : Évaluation et amélioration des campagnes

1 heure de discussion de groupe sur la façon d'évaluer l'efficacité des campagnes de publicité contextuelle et d'apporter des améliorations. Les équipes travailleront ensemble pour identifier les domaines à améliorer et développer des stratégies d'optimisation de leurs campagnes.



Tâche pour les participants à la CAZE :

Pour cette tâche, vous allez créer un plan de campagne pour une campagne publicitaire contextuelle pour une entreprise fictive. La campagne se concentrera à la fois sur la pratique directe et sur la pratique des statistiques verbales.

Étape 1 : Faites des recherches sur le public cible : Pour créer une campagne de publicité contextuelle efficace, il est important de comprendre le public cible. Recherchez les données démographiques, les intérêts et les habitudes de navigation des clients potentiels de l'entreprise.

Étape 2 : Identifiez les mots-clés : Sur la base des recherches menées à l'étape 1, identifiez les mots-clés et les expressions les plus pertinents pour l'entreprise et ses produits ou services. Cela sera utilisé pour la pratique des statistiques de mots.

Étape 3 : Créer le texte et le design de l'annonce : Développez le texte et le design de l'annonce qui sont pertinents pour le public cible et les mots-clés identifiés à l'étape 2. Les publicités doivent être visuellement attrayantes et faciles à comprendre.

Étape 4 : Choisissez les plates-formes et les sites Web : Décidez des sites Web et des plates-formes où les publicités seront affichées. Ceux-ci doivent être pertinents pour le public cible et avoir un niveau de trafic élevé.

Étape 5 : Configurer la campagne : Configurez la campagne en plaçant les annonces sur les sites Web et les plateformes choisis. Utilisez les options de ciblage pour vous assurer que les annonces sont diffusées auprès de la bonne audience.

Étape 6 : Surveillez et mesurez les performances : vérifiez régulièrement les performances de la campagne en surveillant des indicateurs tels que les taux de clics, les taux de conversion et l'engagement global. Effectuez les ajustements nécessaires pour optimiser la campagne.

Étape 7 : Évaluer et rendre compte : Évaluez le succès de la campagne et préparez un rapport qui met en évidence les principales conclusions et recommandations pour les campagnes futures.



En conclusion, la publicité contextuelle est un outil puissant pour atteindre et interagir avec des clients potentiels. En ciblant des publicités sur des audiences spécifiques en fonction de leurs centres d'intérêt et de leurs habitudes de navigation, les annonceurs peuvent augmenter les chances que leurs publicités soient vues et qu'elles soient prises en compte. En comprenant le public cible et en choisissant les bonnes plateformes, votre campagne sera plus efficace et efficiente.

3.3. Promotion SEO

La promotion SEO, également connue sous le nom d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), est la pratique consistant à optimiser un site Web afin d'améliorer son classement dans les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). Ceci est réalisé en rendant un site Web plus attrayant pour les moteurs de recherche grâce à l'utilisation de diverses techniques, telles que la recherche de mots-clés, l'optimisation du contenu et la création de liens.

L'objectif de la promotion SEO est d'augmenter la visibilité d'un site Web dans les pages de résultats des moteurs de recherche, ce qui augmente les chances que les utilisateurs trouvent et visitent le site. En améliorant le classement d'un site Web, les entreprises peuvent augmenter leur visibilité auprès des clients potentiels et générer plus de trafic sur leur site.

De nombreux facteurs peuvent avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO, notamment la qualité et la pertinence du contenu d'un site Web, le nombre et la qualité des liens pointant vers le site et l'expérience utilisateur globale. En surveillant et en ajustant régulièrement ces facteurs, les entreprises peuvent améliorer leurs efforts de référencement et augmenter leur visibilité dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

Il existe plusieurs facteurs qui peuvent avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO :

Qualité et pertinence du contenu du site web : les moteurs de recherche donnent la priorité aux sites web qui ont un contenu pertinent et de haute qualité. En veillant à ce que votre site Web



dispose d'un contenu bien écrit, informatif et pertinent pour votre public cible, vous pouvez améliorer vos chances de bien vous classer dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

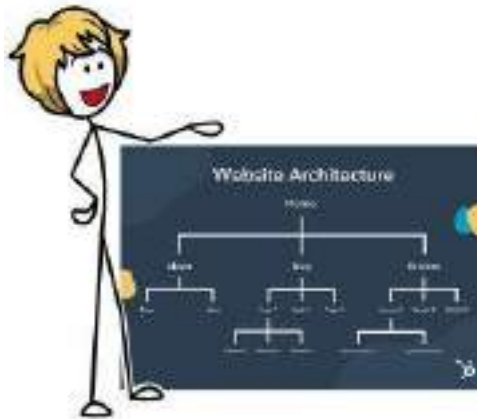
Nombre et qualité des liens pointant vers le site Web : Les liens d'autres sites Web vers votre site peuvent vous aider à améliorer votre classement dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Cependant, il est important d'avoir une gamme diversifiée de liens de haute qualité, car avoir trop de liens de mauvaise qualité peut en fait nuire à votre classement.

Expérience utilisateur : les moteurs de recherche privilégient les sites Web qui offrent une bonne expérience utilisateur, notamment des temps de chargement rapides, une navigation facile et un design adapté aux mobiles. En améliorant l'expérience utilisateur sur votre site web, vous pouvez augmenter vos chances de bien vous classer dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

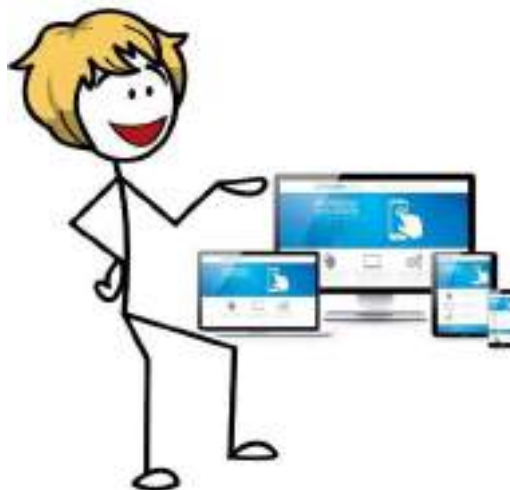
SEO technique : Plusieurs facteurs techniques peuvent avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO, tels que l'utilisation de balises d'en-tête, la présence d'un sitemap et l'utilisation de certificats SSL. En vous assurant que votre site Web répond aux meilleures pratiques techniques, vous pouvez améliorer vos chances de bien vous classer dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

Voici quelques exemples de facteurs techniques qui peuvent avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO :

1. Website architecture : La structure et l'organisation d'un site Web peuvent avoir un impact sur sa capacité à être indexé et exploré par les moteurs de recherche. Un site Web bien organisé avec une hiérarchie claire du contenu et une structure de navigation logique peut permettre aux moteurs de recherche de comprendre plus facilement le contenu et de le classer en conséquence.



2. Convivialité mobile : Avec de plus en plus d'utilisateurs accédant à Internet sur des appareils mobiles, il est important qu'un site Web soit optimisé pour les mobiles. Il s'agit notamment d'avoir un design réactif qui s'adapte aux différentes tailles d'écran et un temps de chargement rapide.



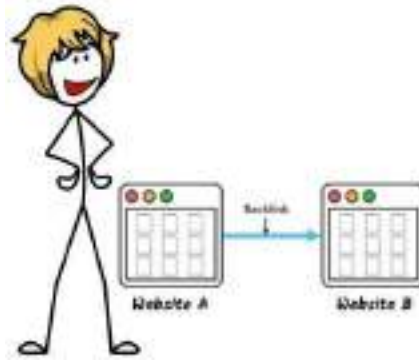
3. Page vitesse : La vitesse à laquelle un site Web se charge peut avoir un impact significatif sur son classement dans les moteurs de recherche. Un site Web qui se charge rapidement aura une meilleure expérience utilisateur et sera également plus susceptible d'être mieux classé dans les résultats des moteurs de recherche.



4. Qualité du contenu : La qualité du contenu d'un site Web peut avoir un impact important sur son classement dans les moteurs de recherche. Un contenu de haute qualité, pertinent et informatif peut aider un site Web à se classer plus haut dans les résultats des moteurs de recherche et à attirer plus de trafic organique.



5. Backlinks : Les backlinks, ou les liens d'autres sites Web vers un site Web, peuvent aider à améliorer son classement dans les moteurs de recherche. Des backlinks de haute qualité provenant de sites Web réputés peuvent signaler aux moteurs de recherche qu'un site Web est digne de confiance et crédible, ce qui peut aider à améliorer son classement.



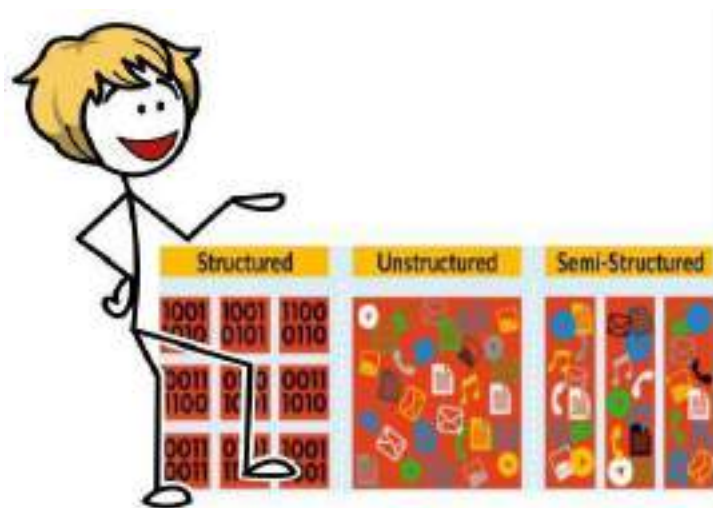
6. Balises de titre et méta-descriptions : Les balises de titre et les méta-descriptions sont des éléments HTML qui fournissent des informations sur une page Web. Ils sont utilisés par les moteurs de recherche pour comprendre le contenu d'une page et par les utilisateurs pour décider s'ils veulent cliquer sur une page. S'assurer que ces éléments sont bien écrits et optimisés peut aider à améliorer la visibilité d'une page dans les résultats des moteurs de recherche.



7 Plan de site .XML : un sitemap XML est un fichier qui répertorie toutes les URL d'un site Web. Il aide les moteurs de recherche à découvrir et à explorer toutes les pages d'un site Web. Soumettre un sitemap aux moteurs de recherche peut les aider à trouver et à indexer toutes les pages d'un site Web plus rapidement et plus efficacement.



8. Utilisation de données structurées : L'utilisation de données structurées est un moyen de donner plus de contexte au contenu de votre site web. Il permet aux moteurs de recherche de mieux comprendre le type de contenu d'un site Web, ce qui leur permet de l'afficher plus facilement dans les extraits enrichis et les zones de réponse.



En s'attaquant à ces facteurs techniques, les entreprises et les organisations peuvent améliorer la visibilité de leur site Web dans les résultats des moteurs de recherche, attirer plus de trafic organique et, en fin de compte, augmenter le succès de leur campagne de promotion SEO.



Activité non formelle pour les jeunes CAZE sur la promotion SEO

Activité 1 : Introduction à la promotion SEO

Une présentation interactive d'une heure sur ce qu'est la promotion SEO et comment elle peut être utilisée pour améliorer le classement d'un site Web dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Discussions sur l'importance de la recherche de mots-clés, de l'optimisation du contenu et de la création de liens dans la promotion du référencement.

Activité 2 : Optimisation pratique du référencement

Un atelier de deux heures où les participants peuvent expérimenter différentes techniques de référencement et commencer à optimiser leur propre site Web ou blog. Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils.

Activité 3 : Identifier les mots-clés cibles

Une discussion de groupe sur la façon d'identifier et de rechercher des mots-clés cibles pour la promotion du référencement. Travail d'équipe pour développer une liste de mots-clés cibles pour un site Web ou un blog.

Activité 4 : Optimisation on-page

Un atelier de deux heures où les participants découvrent les techniques d'optimisation sur la page telles que les balises de titre, les méta-descriptions et les balises d'en-tête. Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils.

Activité 5 : Création de liens

Une discussion de groupe sur l'importance de la création de liens dans la promotion SEO et les différentes stratégies pour acquérir des liens de haute qualité. Travail d'équipe pour développer une stratégie de création de liens pour un site Web ou un blog.

Activité 6 : Suivi et analyse des résultats

Une discussion de groupe sur la façon de suivre et d'analyser les résultats d'une campagne de promotion SEO. Travail d'équipe pour identifier les domaines à améliorer et élaborer un plan pour les efforts d'optimisation futurs.

Tâches à effectuer pour les participants ciblés de CAZE :

Tâche 1 : Recherche et analyse

Recherchez les principaux mots-clés et expressions pertinents pour votre entreprise ou votre secteur d'activité



Analysez le classement actuel de votre site Web dans les moteurs de recherche pour ces mots-clés

Créez une liste d'opportunités d'amélioration, telles que l'optimisation des titres de page et des méta-descriptions, l'amélioration du contenu du site Web et la création de backlinks

Tâche 2 : Optimisation sur la page

Optimisez le contenu du site Web pour les mots-clés cibles, y compris les titres de page, les en-têtes, les méta-descriptions et le corps du texte

Optimisez les images et les vidéos en incluant des balises alt et des légendes

Assurez-vous que le site Web est adapté aux mobiles et qu'il a une vitesse de chargement rapide

Tâche 3 : Création de liens

Identifiez les sites Web et les blogs potentiels à contacter pour des opportunités de backlinks

Créez du contenu de valeur qui peut être partagé et lié à partir d'autres sites Web

Contactez des sites Web et des blogs pour demander des backlinks et partager votre contenu

Surveillez vos backlinks pour vous assurer qu'ils sont de haute qualité et pertinents.

Quiz: Promotion SEO

1. Vrai ou faux : La promotion SEO est la pratique consistant à optimiser un site Web pour améliorer son classement dans les pages de résultats des moteurs de recherche.
2. Vrai ou faux : L'objectif de la promotion SEO est d'augmenter la visibilité d'un site web dans les pages de résultats des moteurs de recherche.
3. Vrai ou faux : La qualité et la pertinence du contenu d'un site Web sont des facteurs qui peuvent avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO.
4. Vrai ou faux : Avoir une gamme variée de liens de mauvaise qualité peut aider à améliorer votre classement dans les pages de résultats des moteurs de recherche.
5. Vrai ou faux : L'expérience utilisateur n'est pas un facteur qui peut avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO.
6. Vrai ou faux : Le référencement technique, tel que l'utilisation de balises d'en-tête, peut avoir un impact sur le succès d'une campagne de promotion SEO.
7. Vrai ou faux : Un site Web bien organisé avec une hiérarchie claire du contenu peut aider les moteurs de recherche à comprendre et à classer le contenu en conséquence.
8. Vrai ou faux : La convivialité mobile n'est pas importante pour la promotion du référencement.



9. Vrai ou faux : Les backlinks provenant de sites Web réputés peuvent signaler aux moteurs de recherche qu'un site Web est digne de confiance et crédible, ce qui peut aider à améliorer son classement.

10. Vrai ou Faux : Les balises de titre et les méta-descriptions ne sont pas importantes pour la promotion du référencement.

Réponses:

{1.Vrai ;2.Vrai ;3.Vrai ;4.Faux ;5.Faux ;6.Vrai ;7.Vrai ;8.Faux ;9.Vrai ;10.Vrai}

3.4. Marketing de contenu.

Le marketing de contenu est une approche de marketing stratégique axée sur la création et la distribution d'un contenu précieux, pertinent et cohérent afin d'attirer et de fidéliser un public clairement défini et, en fin de compte, de générer une action rentable des clients.

Voici quelques exemples d'approches de marketing de contenu stratégique qui se concentrent sur la création et la distribution de contenu précieux, pertinent et cohérent :

1. **Blogging** : Une stratégie de marketing de contenu courante consiste à créer et à maintenir un blog d'entreprise. Cela peut impliquer la publication régulière d'articles de blog qui fournissent des informations, des conseils ou des idées précieuses à votre public cible. En publiant constamment du contenu de haute qualité, vous pouvez attirer et fidéliser un public fidèle et faire de votre entreprise une autorité dans votre secteur.



2. Marketing des médias sociaux : Une autre stratégie courante de marketing de contenu consiste à utiliser les plateformes de médias sociaux pour distribuer du contenu et interagir avec votre public. Il peut s'agir de créer et de partager des publications informatives, divertissantes ou engageantes sur des plateformes telles que Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn. En utilisant les médias sociaux pour distribuer votre contenu, vous pouvez atteindre un public plus large et établir des relations plus solides avec vos clients.



3. Marketing par e-mail : Une autre approche stratégique du marketing de contenu consiste à utiliser le marketing par e-mail pour distribuer du contenu de valeur à votre public. Il peut s'agir d'envoyer des newsletters, des e-mails promotionnels ou d'autres types de contenu à vos abonnés. En fournissant un contenu de valeur par e-mail, vous pouvez entretenir des relations avec votre public et l'encourager à prendre les mesures souhaitées, telles que faire un achat ou s'inscrire à un service.



4. Marketing vidéo : Une autre stratégie de marketing de contenu efficace consiste à utiliser la vidéo pour engager et éduquer votre public. Il peut s'agir de créer et de distribuer des vidéos informatives ou divertissantes via des plateformes telles que YouTube ou Vimeo, ou d'utiliser la vidéo pour améliorer votre site Web ou votre présence sur les réseaux sociaux. En utilisant la vidéo, vous pouvez capter l'attention de votre public et transmettre votre message de manière plus engageante et dynamique.



Le marketing de contenu est utilisé par les entreprises et les organisations pour éduquer, informer, divertir et engager leur public cible. Cela peut être réalisé par le biais d'une variété de types de contenu, notamment des articles de blog, des articles, des publications sur les réseaux sociaux, des vidéos, des podcasts, etc.

Voici quelques exemples de marketing de contenu utilisé par les entreprises et les organisations pour éduquer, informer, divertir et engager leur public cible :

1. Articles de blog : De nombreuses entreprises et organisations utilisent des articles de blog pour éduquer leur public sur un sujet particulier ou fournir des informations précieuses. Par exemple, une entreprise de beauté peut publier des articles de blog avec des tutoriels de maquillage ou des conseils de soins de la peau, tandis qu'une société de services financiers peut publier des articles contenant des conseils de gestion de l'argent.



2. Ebooks : Une autre stratégie courante de marketing de contenu consiste à créer et à distribuer des ebooks. Les livres électroniques peuvent être un excellent moyen de fournir des informations ou des analyses approfondies sur un sujet spécifique, et peuvent être utilisés pour éduquer, informer ou divertir votre public.
3. Webinaires : Les webinaires sont des séminaires en ligne qui peuvent être utilisés pour éduquer et engager votre public. Les entreprises et les organisations utilisent souvent les webinaires pour fournir des informations approfondies sur un sujet particulier, ou pour offrir une formation ou des conseils d'experts.
4. Publications sur les réseaux sociaux : De nombreuses entreprises et organisations utilisent les plateformes de médias sociaux pour partager du contenu précieux et attrayant avec leur public. Il peut s'agir d'articles informatifs, de vidéos divertissantes ou d'aperçus des coulisses de l'entreprise. En utilisant les médias sociaux pour partager du contenu, les entreprises et les organisations peuvent établir des relations plus solides avec leur public et interagir avec lui en temps réel.

L'objectif du marketing de contenu est d'attirer et de fidéliser les clients en créant et en organisant constamment du contenu précieux et pertinent dans le but de changer ou d'améliorer le comportement des consommateurs. En fournissant un contenu précieux et informatif, les entreprises et les organisations peuvent renforcer la confiance et la crédibilité auprès de leur public, ce qui peut finalement conduire à une augmentation des ventes et à la fidélité des clients.

Le marketing de contenu est souvent utilisé en conjonction avec d'autres stratégies de marketing, telles que l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et le marketing des médias sociaux, pour augmenter la portée et l'impact des efforts de marketing d'une entreprise.

Activité non formelle pour les jeunes CAZE : 3.4. Marketing de contenu.

Activité 1 : Introduction au marketing de contenu

Présentation interactive d'une heure sur ce qu'est le marketing de contenu et comment il peut être utilisé pour promouvoir des produits ou des services. Discussion sur l'importance de créer et de distribuer un contenu précieux, pertinent et cohérent.



Activité 2 : Atelier de création de contenu

Atelier de 2 heures où les participants peuvent expérimenter différentes techniques de création de contenu et commencer à développer leurs propres contenus. Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils.

Activité 3 : Distribution et engagement du contenu

Discussion de groupe sur la façon d'identifier et d'interagir avec le public cible par le biais de différents canaux, tels que les blogs, les médias sociaux, le marketing par e-mail et le marketing vidéo. Travail d'équipe pour planifier et exécuter une campagne de marketing de contenu.

Activité 4 : Surveillance et analyse.

1 heure de discussion de groupe sur la façon de surveiller et d'analyser les résultats d'une campagne de marketing de contenu. Travail d'équipe pour identifier les axes d'amélioration et apporter des ajustements à la stratégie.

Activité 5 : Études de cas

1 heure d'analyse d'étude de cas de campagnes de marketing de contenu réussies dans divers secteurs. Discussion en équipe sur ce qui a fait le succès de ces campagnes et sur la façon dont ces stratégies peuvent être appliquées à leur propre campagne.

Tâches pour les participants ciblés de CAZE :

Tâche 1 : Créez un blog d'entreprise et publiez régulièrement des articles qui fournissent des informations, des conseils ou des idées précieuses à votre public cible. Recherchez et sélectionnez des sujets pertinents, effectuez des recherches par mots-clés et optimisez votre contenu pour les moteurs de recherche. Suivez le trafic et l'engagement sur votre blog et utilisez ces données pour améliorer et affiner continuellement votre stratégie de contenu.

Tâche 2 : Élaborer une stratégie de marketing sur les médias sociaux et créer et partager des publications informatives, divertissantes ou engageantes sur des plateformes telles que Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn. Utilisez des outils tels que Hootsuite ou Sprout Social pour planifier et gérer votre contenu, et suivre votre engagement et la croissance de vos abonnés. Interagissez avec votre public en répondant aux commentaires et aux messages et utilisez les commentaires pour améliorer votre stratégie de contenu.

Tâche 3 : Créez une campagne de marketing par e-mail et concevez un modèle de newsletter visuellement attrayant et facile à lire. Rédigez et envoyez des campagnes par e-mail



informatives, engageantes et pertinentes pour votre public cible. Suivez les taux d'ouverture et de clics de vos e-mails, et utilisez ces données pour affiner votre stratégie et améliorer l'efficacité de votre campagne.

Quiz : Marketing de contenu

1. Quel est l'objectif du marketing de contenu ?

- a) Augmenter le trafic sur le site web
- b) Attirer et fidéliser les clients
- c) Vendre des produits
- d) Améliorer le classement dans les moteurs de recherche

2. Quels sont quelques exemples de types de contenu utilisés dans le marketing de contenu ?

- a) Billets de blog, articles, publications sur les réseaux sociaux, vidéos, podcasts
- b) Enquêtes, questionnaires, groupes de discussion
- c) Catalogues de produits, brochures, dépliants
- d) Tout ce qui précède

3. Lequel des éléments suivants n'est PAS une stratégie de marketing de contenu courante ?

- a) Bloguer
- b) Démarchage téléphonique
- c) Marketing sur les réseaux sociaux
- d) Marketing vidéo

4. Quel est l'objectif des ebooks dans le marketing de contenu ?

- a) Fournir des informations ou des analyses approfondies sur un sujet spécifique
- b) Divertir le public
- c) Augmenter le trafic sur le site web
- d) Pour vendre des produits

5. Quel est l'objectif des webinaires en marketing de contenu ?

- a) Fournir des informations approfondies sur un sujet particulier
- b) Offrir une formation ou des conseils d'experts



- c) Augmenter le trafic sur le site web
 - d) Tout ce qui précède
6. Quel est l'objectif des médias sociaux dans le marketing de contenu ?
- a) Partager un contenu précieux et engageant avec le public
 - b) Construire des relations plus solides avec le public
 - c) Augmenter le trafic sur le site web
 - d) Tout ce qui précède
7. Quels sont les exemples d'entreprises qui pourraient utiliser les articles de blog comme stratégie de marketing de contenu ?
- a) Une entreprise de beauté, une société de services financiers
 - b) Une entreprise de construction, un restaurant
 - c) Un détaillant de vêtements, une agence de voyages
 - d) Tout ce qui précède
8. Comment le marketing de contenu peut-il changer ou améliorer le comportement des consommateurs ?
- a) En fournissant un contenu précieux et informatif
 - b) En offrant des remises et des promotions
 - c) En créant un sentiment d'urgence
 - d) En utilisant des techniques de vente agressives
9. Quels sont quelques exemples de plateformes de distribution de contenu vidéo ?
- a) YouTube, Vimeo et le site Web de l'entreprise
 - b) Instagram, Pinterest, TikTok
 - c) Twitter, LinkedIn, Facebook
 - d) Tout ce qui précède
10. Quels sont les facteurs qui peuvent avoir un impact sur le succès d'une stratégie de marketing de contenu ?
- a) Qualité et pertinence du contenu du site web
 - b) Nombre et qualité des liens pointant vers le site



- c) Expérience utilisateur
- d) Tout ce qui précède

Réponses:

- 1.b) Attirer et fidéliser les clients
- 2.a) Billets de blog, articles, publications sur les réseaux sociaux, vidéos, podcasts
- 3.b) Démarchage téléphonique
- 4.a) Fournir des informations ou des analyses approfondies sur un sujet spécifique
- 5.d) Tout ce qui précède
- 6.d) Tout ce qui précède
- 7.d) Tout ce qui précède
- 8.a) En fournissant un contenu précieux et informatif
- 9.a) YouTube, Vimeo et le site Web de la société
- 10.d) Tout ce qui précède

3.5. Marketing par e-mail



Le marketing par e-mail est la pratique consistant à utiliser le courrier électronique pour promouvoir des produits ou des services auprès d'un public cible. Il peut s'agir d'envoyer des



newsletters, des e-mails promotionnels ou d'autres types de contenu à une liste d'abonnés aux e-mails.

Le marketing par e-mail peut être un moyen efficace d'atteindre et d'interagir avec les clients et les clients potentiels. En fournissant un contenu précieux et pertinent par e-mail, les entreprises et les organisations peuvent entretenir des relations avec leur public et l'encourager à prendre les mesures souhaitées, telles que faire un achat ou s'inscrire à un service.

Il existe une variété d'outils et de plateformes de marketing par e-mail disponibles pour aider les entreprises et les organisations à gérer leurs efforts de marketing par e-mail. Ces outils offrent souvent des fonctionnalités telles que la gestion des listes d'e-mails, la création de modèles d'e-mails, ainsi que le suivi et l'analyse des e-mails.

Il est important pour les entreprises et les organisations de suivre les meilleures pratiques en matière de marketing par e-mail, notamment en obtenant la permission des abonnés avant d'envoyer des e-mails, en respectant leur vie privée et en offrant une option de désinscription claire. En suivant ces meilleures pratiques, les entreprises et les organisations peuvent établir une relation de confiance avec leur public et améliorer l'efficacité de leurs campagnes de marketing par e-mail.

L'activité non formelle pour les jeunes CAZE (13-35 ans) :

Activité 1 : Introduction au marketing par courriel

Une présentation interactive d'une heure sur ce qu'est le marketing par e-mail et comment il peut être utilisé pour promouvoir des produits ou des services.

Discussions sur l'importance d'obtenir la permission et de respecter la vie privée des abonnés.

Activité 2 : Créer des modèles d'e-mails

Un atelier de 2 heures où les participants peuvent expérimenter différentes plateformes de marketing par e-mail et commencer à créer leurs propres modèles d'e-mails.

Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils.

Activité 3 : Planification et exécution d'une campagne de marketing par courriel

Travailler en équipe pour planifier et exécuter une campagne de marketing par courriel.

Discussions sur la façon d'identifier et d'interagir avec le public cible par e-mail.



Activité 4 : Surveillance et analyse des résultats

Une discussion de groupe d'une heure sur la façon de surveiller et d'analyser les résultats d'une campagne de marketing par courriel.

Tâches pour les participants CAZE ciblés:

Tâche : Créer une campagne de marketing par e-mail pour le lancement d'un nouveau produit

Objectif : Promouvoir le lancement d'un nouveau produit auprès d'un public cible et l'inciter à effectuer un achat

Etapas:

Créez une liste d'abonnés aux e-mails : identifiez et rassemblez une liste de clients potentiels qui ont manifesté de l'intérêt pour votre produit ou des produits similaires dans le passé.

Créez une ligne d'objet convaincante : créez une ligne d'objet qui attire l'attention et qui est pertinente pour le lancement du produit.

Concevez un modèle d'e-mail : créez un modèle d'e-mail visuellement attrayant et facile à lire. Incluez le nom du produit, les images et les principales caractéristiques dans l'e-mail.

Créez un contenu attrayant : rédigez un e-mail convaincant qui met en évidence les avantages du produit et répond à toute objection ou préoccupation potentielle.

Incluez un appel à l'action : fournissez un appel à l'action clair et convaincant dans l'e-mail, tel qu'un lien pour acheter le produit.

Testez l'e-mail : testez l'e-mail sur différents appareils et clients de messagerie pour vous assurer qu'il est correctement formaté et que l'appel à l'action fonctionne correctement.

Planifier et envoyer l'e-mail : programmez l'envoi de l'e-mail à un moment où votre public est le plus susceptible de consulter ses e-mails.

Suivez les résultats : utilisez les analyses de la plateforme de marketing par e-mail pour suivre les taux d'ouverture et de clics de l'e-mail. Utilisez ces données pour effectuer des ajustements et améliorer les campagnes futures.

Suivi : Faites un suivi auprès des personnes qui ont cliqué sur les liens contenus dans l'e-mail pour savoir si elles ont effectué un achat ou si elles ont besoin de plus d'informations.



Amélioration continue : analysez en permanence les résultats de vos campagnes d'e-mailing, utilisez les informations pour apporter des modifications et améliorer les campagnes futures.

3.6. Promotion du Marketing sur les réseaux sociaux (Canva et Instagram)



La promotion du Marketing sur les réseaux sociaux (Social media marketing SMM) est le processus d'utilisation des plateformes de médias sociaux pour promouvoir des produits ou des services auprès d'un public cible. Il existe de nombreuses plateformes de médias sociaux différentes qui peuvent être utilisées pour la promotion SMM, notamment Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.

Canva est une plateforme de conception qui peut être utilisée pour créer du contenu visuel pour la promotion sur les réseaux sociaux. Il offre une variété de modèles et d'outils pour créer des graphiques d'aspect professionnel, tels que des publications sur les réseaux sociaux, des publicités et des supports marketing.

Instagram est une plateforme de médias sociaux particulièrement populaire pour la promotion SMM, en particulier pour les entreprises des secteurs de la mode, de la beauté et du style de vie. Instagram permet aux entreprises de partager des photos et des vidéos avec leurs abonnés, et offre également une gamme d'options publicitaires pour atteindre un public plus large.

En utilisant des plateformes de médias sociaux comme Canva et Instagram, les entreprises et les organisations peuvent atteindre et interagir avec leur public, renforcer la notoriété de la marque et générer du trafic et des ventes. Il est important pour les entreprises d'avoir une



stratégie de marketing des médias sociaux bien définie afin de maximiser l'efficacité de leurs efforts de promotion. Cela peut impliquer l'identification des publics cibles, la définition d'objectifs et la création d'un calendrier de contenu pour planifier et programmer les publications sur les réseaux sociaux.

Il existe plusieurs façons pour les entreprises et les organisations d'utiliser les plateformes de médias sociaux comme Canva et Instagram pour atteindre et interagir avec leur public, renforcer la notoriété de la marque et générer du trafic et des ventes :

- **Créez et partagez du contenu attrayant** : en utilisant Canva pour créer des graphiques et des images visuellement attrayants, et Instagram pour partager des photos et des vidéos, les entreprises et les organisations peuvent créer et partager du contenu attrayant qui trouve un écho auprès de leur public. Cela peut aider à renforcer la notoriété de la marque et à attirer de nouveaux adeptes.
- **Utilisez des hashtags et des géotags** : En utilisant des hashtags et des géotags pertinents sur Instagram, les entreprises et les organisations peuvent permettre aux utilisateurs de découvrir plus facilement leur contenu et d'augmenter leur portée.



- **Interagissez avec vos abonnés** : en répondant aux commentaires et aux messages de leurs abonnés et en interagissant avec d'autres utilisateurs sur Instagram, les entreprises et les organisations peuvent établir des relations plus solides avec leur public et encourager davantage d'engagement avec leur contenu.



- **Diffusez des publicités Instagram** : Instagram offre une gamme d'options publicitaires qui permettent aux entreprises et aux organisations d'atteindre un public plus large et de générer du trafic et des ventes. En créant des publicités ciblées et visuellement attrayantes, les entreprises peuvent promouvoir efficacement leurs produits ou services auprès d'un public spécifique.



- **Créer des publications visuellement attrayantes sur les réseaux sociaux** : Canva peut être utilisé pour créer des graphiques accrocheurs et attrayants pour les publications sur les réseaux sociaux, tels que Facebook, Instagram et Twitter. Ces graphiques peuvent être utilisés pour promouvoir des produits ou des services, partager des nouvelles de l'industrie ou fournir des astuces et des conseils à suivre.



- **Concevoir des stories Instagram visuellement époustouflantes** : Canva propose une variété de modèles de stories Instagram, qui sont un excellent moyen de créer des stories Instagram visuellement époustouflantes qui attireront l'attention de vos abonnés. Ces modèles peuvent être personnalisés avec vos propres images, textes et marques.



- **Créer des publicités Facebook visuellement époustouflantes** : Canva peut également être utilisé pour créer des publicités Facebook visuellement attrayantes qui attireront l'attention de votre public cible. Vous pouvez utiliser Canva pour concevoir une variété de formats publicitaires, tels que des publicités carrousel, des publicités vidéo, etc., et les cibler sur la bonne audience.



8. **Concevoir des publications carrousel Instagram visuellement attrayantes** : Canva peut être utilisé pour créer des publications carrousel visuellement époustouflantes qui peuvent être utilisées pour présenter un produit ou un service, mettre en avant une nouvelle fonctionnalité ou partager une histoire.



9. **Créer des infographies visuellement attrayantes** : Canva propose une variété de modèles qui peuvent être utilisés pour créer des infographies, qui sont un excellent moyen de partager des informations et des données de manière attrayante et visuellement attrayante.





En utilisant Canva pour créer des graphiques et des designs visuellement attrayants, les entreprises et les organisations peuvent améliorer leurs efforts de promotion sur les réseaux sociaux et attirer l'attention de leur public cible



En utilisant ces stratégies, les entreprises et les organisations peuvent utiliser efficacement les plateformes de médias sociaux comme Canva et Instagram pour atteindre et interagir avec leur public, renforcer la notoriété de la marque et générer du trafic et des ventes.

Plan d'activités non formelles pour les jeunes CAZE (13-35 ans) :

Activité 1 : Introduction à SMM et Canva

Une heure de présentation interactive sur ce qu'est le SMM et comment il peut être utilisé pour promouvoir des produits ou des services

Démonstration sur l'utilisation des outils Canva pour créer du contenu visuellement attrayant pour les médias sociaux

Activité 2 : Pratique de Canva

Atelier de 2 heures pour que les participants puissent expérimenter Canva et commencer à créer leurs propres publications et publicités sur les réseaux sociaux

Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils

Activité 3 : Stratégies de promotion Instagram

Discussions de groupe d'une heure sur la façon d'identifier et d'interagir avec le public cible sur Instagram

Travail d'équipe pour planifier et programmer une campagne de promotion Instagram



Activité 4 : Création de contenu et interaction avec le public

Atelier de 2 heures pour que les participants apprennent à créer du contenu pertinent et engageant pour leur public cible et à interagir avec lui via Instagram

Mentorat individuel pour fournir des commentaires et des conseils.

Activité 5 : Évaluation et amélioration de la campagne

Discussions de groupe d'une heure sur la façon d'évaluer et d'améliorer les résultats de la campagne de promotion Instagram.

Travail d'équipe pour identifier et appliquer les changements nécessaires pour améliorer la campagne à l'avenir.

Tâches à effectuer pour les participants ciblés de CAZE :

Tâche 1 : Créez un plan de marketing sur les réseaux sociaux pour votre entreprise à l'aide de Canva et d'Instagram. Cela devrait inclure l'identification de votre public cible, la définition d'objectifs et la création d'un calendrier de contenu pour planifier et programmer les publications sur les réseaux sociaux.

Tâche 2 : Utilisez Canva pour créer des graphiques et des images visuellement attrayants pour vos publications sur Instagram. Expérimentez avec différents éléments de conception, tels que des schémas de couleurs, de la typographie et des images, pour créer une esthétique cohérente et attrayante pour votre marque.

Tâche 3 : Recherchez et identifiez les hashtags et les balises géographiques pertinents à utiliser sur vos publications Instagram. Utilisez ces hashtags et balises géographiques pour augmenter la visibilité et la portée de votre contenu sur la plateforme.

Tâche 4 : Interagissez avec vos abonnés sur Instagram en répondant aux commentaires et aux messages, et en interagissant avec d'autres utilisateurs sur la plateforme. Utilisez cet engagement pour établir des relations plus solides avec votre public et encourager plus d'engagement avec votre contenu.

Tâche 5 : Créer et diffuser des publicités Instagram à l'aide de Canva. Utilisez la plateforme pour concevoir des publicités visuellement attrayantes qui attireront l'attention de votre public cible, et ciblez ces publicités pour atteindre les bonnes personnes au bon moment.

Tâche 6 : Créez des stories Instagram visuellement époustouflantes à l'aide des modèles de stories Instagram de Canva. Personnalisez ces modèles avec vos propres images, textes et marques pour créer des histoires attrayantes qui attireront l'attention de vos abonnés.



Tâche 7 : Utilisez Canva pour concevoir des publicités Facebook visuellement attrayantes. Expérimentez différents formats publicitaires, tels que les publicités carrousel, les publicités vidéo, etc., pour trouver le meilleur moyen de promouvoir vos produits ou services auprès de votre public cible.

Tâche 8 : Créez des publications carrousel Instagram visuellement époustouflantes à l'aide de Canva. Utilisez ces publications pour présenter un produit ou un service, mettre en avant une nouvelle fonctionnalité ou partager une histoire pour engager votre public.

Tâche 9 : Utilisez Canva pour créer des infographies visuellement attrayantes afin de partager des informations et des données de manière attrayante. Expérimentez avec différents éléments de conception, tels que des graphiques, des diagrammes et des icônes, pour rendre vos infographies faciles à comprendre et visuellement attrayantes.

Tâche 10 : Utilisez Canva pour créer des vidéos visuellement attrayantes pour votre promotion sur les réseaux sociaux. Vous pouvez utiliser ces vidéos pour promouvoir vos produits ou services, partager des actualités du secteur ou fournir des astuces et des conseils à votre public.

Quiz : Promotion du marketing des médias sociaux (Canva et Instagram)

1. La promotion du marketing des médias sociaux est le processus d'utilisation des plateformes de médias sociaux pour promouvoir des produits ou des services auprès d'un public cible. Vrai ou faux ?
2. Canva est une plateforme de conception qui peut être utilisée pour créer du contenu visuel pour la promotion sur les réseaux sociaux. Vrai ou faux ?
3. Instagram n'est pas une plate-forme populaire pour la promotion du marketing des médias sociaux. Vrai ou faux ?
4. Il est important pour les entreprises d'avoir une stratégie de marketing des médias sociaux bien définie afin de maximiser l'efficacité de leurs efforts de promotion. Vrai ou faux ?
5. Créer des publications visuellement attrayantes sur les réseaux sociaux est un moyen d'utiliser Canva pour la promotion du marketing des médias sociaux. Vrai ou faux ?
6. Concevoir des stories Instagram visuellement époustouflantes est un moyen d'utiliser Canva pour la promotion du marketing des médias sociaux. Vrai ou faux ?
7. Créer des publicités Facebook visuellement époustouflantes est un moyen d'utiliser Canva pour la promotion du marketing des médias sociaux. Vrai ou faux ?



8. Concevoir des publications carrousel Instagram visuellement attrayantes est un moyen d'utiliser Canva pour la promotion du marketing des médias sociaux. Vrai ou faux ?
9. Créer des infographies visuellement attrayantes est un moyen d'utiliser Canva pour la promotion du marketing des médias sociaux. Vrai ou faux ?
10. By utilisant Canva pour créer des graphiques visuellement attrayants, les entreprises peuvent augmenter leur portée sur Instagram. Vrai ou faux ?
11. L'utilisation de hashtags et de géotags pertinents sur Instagram peut aider les entreprises et les organisations à augmenter leur portée. Vrai ou faux ?
12. Interagir avec des abonnés sur Instagram peut aider les entreprises et les organisations à établir des relations plus solides avec leur public. Vrai ou faux ?
13. Instagram n'offre pas d'options publicitaires aux entreprises et aux organisations pour atteindre un public plus large. Vrai ou faux ?
14. La création de publicités ciblées et visuellement attrayantes sur Instagram est un moyen efficace de promouvoir des produits ou des services auprès d'un public spécifique. Vrai ou faux ?
14. Canva ne peut être utilisé que pour créer des graphiques pour Instagram et Twitter. Vrai ou faux ?
16. Les stories Instagram ne sont pas un moyen populaire d'attirer l'attention des abonnés. Vrai ou faux ?
17. L'utilisation de Canva pour concevoir des publicités carrousel et des publicités vidéo n'est pas un moyen de cibler le bon public sur Facebook. Vrai ou faux ?
18. Les publications carrousel sur Instagram peuvent être utilisées pour présenter un produit ou un service, mettre en évidence une nouvelle fonctionnalité ou partager une histoire. Vrai ou faux ?
19. Canva ne propose pas de modèles pour la création d'infographies. Vrai ou faux ?
20. By utilisant Canva pour créer des graphiques visuellement attrayants, les entreprises peuvent augmenter leur portée sur d'autres plateformes de médias sociaux qu'Instagram. Vrai ou faux ?

Réponses:

{1.Vrai ;2.Vrai ;3.Faux ;4.Vrai ;5.Vrai ;6.Vrai ;7.Vrai ;8.Vrai ;9.Vrai ;10.Vrai ;11.Vrai ;12.Vrai ;13.Faux ;14.Vrai ;15.Faux ;16.Faux ;17.Faux ;18.Vrai ;19.Faux ;20.Vrai ;}

Gamification

La **gamification**, le marketing en ligne et les médias sociaux sont étroitement liés en ce sens qu'ils impliquent tous deux l'utilisation de stratégies engageantes et interactives pour atteindre et interagir avec un public.



Le marketing en ligne et les médias sociaux impliquent souvent l'utilisation d'une variété de tactiques et de techniques, telles que le marketing de contenu, l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et le marketing des médias sociaux, pour attirer et fidéliser les clients. La gamification peut être utilisée pour améliorer ces efforts en ajoutant des éléments de type jeu, tels que des points, des badges et des classements, afin de rendre les efforts de marketing plus interactifs et attrayants.

Par exemple, une entreprise peut utiliser la gamification dans sa stratégie de marketing sur les réseaux sociaux en organisant un concours ou un défi qui encourage les utilisateurs à interagir avec son contenu et à le partager avec leurs amis. Cela peut aider à augmenter la portée et la visibilité des efforts de marketing de l'entreprise et à attirer de nouveaux clients.

De même, une entreprise peut utiliser la gamification dans ses campagnes de marketing par e-mail en offrant des points ou des récompenses pour avoir effectué certaines actions, telles que faire un achat ou parrainer un ami. Cela peut aider à motiver et à engager les clients et à les encourager à prendre les mesures souhaitées.



En utilisant la gamification dans leurs efforts de marketing en ligne et de médias sociaux, les entreprises et les organisations peuvent créer un sentiment de compétition et de réussite pour leur public et augmenter l'efficacité de leurs campagnes de marketing.

Atelier sur la ludification et le marketing pour les jeunes CAZA :

Introduction : Discussion sur la relation entre la gamification et le marketing en ligne et les médias sociaux et sur la façon dont ils peuvent être utilisés pour améliorer l'engagement et la portée avec le public.

Théorie : Aperçu des concepts de base du marketing en ligne et des médias sociaux, tels que le référencement, le marketing de contenu et le marketing des médias sociaux.

Études de cas : Analyse d'exemples de campagnes de marketing en ligne et sur les réseaux sociaux qui ont utilisé des techniques de gamification et discussion de leurs résultats et de leur succès.

Pratique : Les participants auront l'occasion d'appliquer ce qu'ils ont appris dans le cadre d'un travail d'équipe, en planifiant et en créant leurs propres campagnes de marketing en ligne et de médias sociaux. Ils intégreront également des éléments de gamification tels que des points, des badges et des classements pour rendre leurs campagnes plus attrayantes et interactives.

Évaluation et rétroaction : Les participants présenteront leurs campagnes et recevront des commentaires de l'animateur et du groupe. Ils évalueront également les résultats de leurs campagnes et discuteront des moyens de les améliorer.

Conclusion : Résumé des principaux points à retenir de l'atelier et discussion sur la façon dont les participants peuvent utiliser les concepts et les stratégies appris dans leurs futurs efforts de marketing.

Tâche : Gamification dans le marketing en ligne

Objectif : Comprendre comment la gamification peut être utilisée pour améliorer le marketing en ligne et les efforts sur les médias sociaux.

Instructions:

Faites des recherches sur le concept de gamification et sur la façon dont il peut être appliqué dans le marketing en ligne et les médias sociaux.



Trouvez des exemples d'entreprises ou d'organisations qui ont utilisé avec succès la gamification dans leurs campagnes de marketing en ligne et de médias sociaux.

Créez un plan sur la façon dont votre propre entreprise ou organisation peut utiliser la gamification dans ses efforts de marketing en ligne et de médias sociaux. Réfléchissez aux éléments de jeu que vous pouvez utiliser, tels que les points, les badges et les classements, et aux actions que vous souhaitez encourager votre public à entreprendre.

Mettez en œuvre votre plan de gamification et suivez les résultats. Analysez l'engagement et l'efficacité de la campagne, et apportez les ajustements nécessaires.

Rédigez un rapport résumant vos recherches, votre plan et vos résultats, et présentez-le à votre équipe.

Ressources:

https://www.publicissapient.com/industries/consumer-products/5-steps-to-data-modernization-in-consumer-products?utm_source=google&utm_medium=paid.search&utm_campaign=CP_ISS_Data.Pa ge.Promo_10.2021_Paid.Search&utm_content=Strategy_Delivery&gclid=Cj0KCQiAt66eBh CnARIsAKf3ZNG4aUzrKEjk6Xpv_Sx01LtjP62JT40bg0ZvBOQ4UYuQ8XYCQhGPrywaA hv_EALw_wcB

<https://hiddenshell.ru/en/kontekstnaya-reklama-putevoditel-dlya-novichkov-vse-tonkosti/>

[https://www.semrush.com/blog/seo-techniques/?kw=&cmp=EE_SRCH_DSA_Blog_EN&label=dsa_pagefeed&Network=g&Dev ice=c&utm_content=622527978385&kwid=dsa-1754979171085&cmpid=18361923498&agpid=140825944785&BU=Core&extid=60109338076&adpos=&gclid=Cj0KCQiAt66eBhCnARIsAKf3ZNF_0DSq7Tn-xfYWJYzU9q4qZ5qylUr5uqN27iHe_uG6jmiC1veh2VoaAgTsEALw_wcB](https://www.semrush.com/blog/seo-techniques/?kw=&cmp=EE_SRCH_DSA_Blog_EN&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=622527978385&kwid=dsa-1754979171085&cmpid=18361923498&agpid=140825944785&BU=Core&extid=60109338076&adpos=&gclid=Cj0KCQiAt66eBhCnARIsAKf3ZNF_0DSq7Tn-xfYWJYzU9q4qZ5qylUr5uqN27iHe_uG6jmiC1veh2VoaAgTsEALw_wcB)

https://www.bluehost.com/blog/content-marketing-vs-traditional-marketing/?irpid=101&clickid=P61C101S570N0B5578A2D4499E0000V143&gclid=Cj0KC QiAt66eBhCnARIsAKf3ZNFhU3AFkjZ2W2NndaMDSK0Pnx9Z1aqAhVj-f-HtbdoEdcHKMEkQoZcaAnfTEALw_wcB&gclsrc=aw.ds



CAZE - Stimuler la créativité à l'ère de la numérisation!

2021-1-ES02-KA220-YOU-000028880



Erasmus+

<https://mailchimp.com/marketing-glossary/email-marketing/>

<https://webventures.ro/social->

[media/?gclid=Cj0KCQiAt66eBhCnARIsAKf3ZNEU2Kg1TjnWwJoiUbXrzXOeGozAo4qxn](https://webventures.ro/social-media/?gclid=Cj0KCQiAt66eBhCnARIsAKf3ZNEU2Kg1TjnWwJoiUbXrzXOeGozAo4qxn)

[sXphCeBhjTqSG0TZgZPAx8aAuhyEALw_wcB](https://webventures.ro/social-media/?gclid=Cj0KCQiAt66eBhCnARIsAKf3ZNEU2Kg1TjnWwJoiUbXrzXOeGozAo4qxn)

<https://www.gamify.com/gamification-blog/5-ways-gamification-can-magnify-your-social->

[media-campaign](https://www.gamify.com/gamification-blog/5-ways-gamification-can-magnify-your-social-media-campaign)



Module 4: Start Selling Online

4.1. Introduction et pratique de la plateforme de commerce électronique Ecwid

À propos d'Ecwid

Ecwid est une plateforme de commerce électronique populaire qui permet aux entreprises de créer facilement une boutique en ligne et de vendre des produits sur plusieurs plateformes, notamment les médias sociaux, les sites Web et les places de marché. Fondée en 2009, Ecwid a rapidement gagné en popularité en raison de sa facilité d'utilisation, de sa flexibilité et de ses fonctionnalités robustes.

Ecwid fournit une plate-forme de commerce électronique tout-en-un qui permet aux entreprises de créer un site Web, d'ajouter des produits et de traiter les commandes, le tout sur une seule plateforme. La plateforme est conçue pour être facile à utiliser et offre une gamme de fonctionnalités pour aider les entreprises à créer rapidement et facilement une boutique en ligne d'aspect professionnel.

Caractéristiques d'Ecwid

Ecwid offre un large éventail de fonctionnalités pour aider les entreprises à créer et à gérer leur boutique en ligne. Ces caractéristiques sont les suivantes :

1. Créateur de magasin : Le générateur de magasin d'Ecwid est facile à utiliser et permet aux entreprises de personnaliser le design de leur magasin sans aucune connaissance en codage. Les utilisateurs peuvent choisir parmi une gamme de modèles préconçus ou créer leur propre design personnalisé à l'aide de l'éditeur glisser-déposer de la plateforme.
2. Vente multiplateforme : Ecwid permet aux entreprises de vendre des produits sur plusieurs plateformes, y compris les sites Web, les médias sociaux et les places de marché comme Amazon et eBay. Cela permet aux entreprises d'atteindre les clients où qu'ils fassent leurs achats en ligne.
3. Gestion des produits : Ecwid facilite l'ajout et la gestion de produits sur votre boutique en ligne. Les entreprises peuvent ajouter des produits avec plusieurs images, descriptions et options de tarification. Ils peuvent également gérer les stocks et suivre les ventes à l'aide du système de gestion des stocks d'Ecwid.



4. Traitement des paiements : Ecwid prend en charge une gamme d'options de paiement, y compris les cartes de crédit, PayPal et Apple Pay. Il propose également sa propre passerelle de paiement, Ecwid Payments, qui permet aux entreprises de traiter les paiements directement via leur site Web.
5. Outils marketing : Ecwid fournit une gamme d'outils marketing pour aider les entreprises à promouvoir leur boutique en ligne. Il s'agit notamment d'outils de référencement, de marketing par e-mail, d'intégrations de médias sociaux, etc.
 6. Gestion des clients : Ecwid permet aux entreprises de gérer les données de leurs clients, y compris l'historique des commandes, les informations d'expédition et les coordonnées. Les entreprises peuvent également proposer des comptes clients, ce qui permet aux clients d'enregistrer leurs coordonnées et d'effectuer de futurs achats rapidement et facilement.
 7. Conception adaptée aux mobiles : les modèles d'Ecwid sont conçus pour être adaptés aux mobiles, ce qui garantit que votre boutique en ligne a fière allure sur tous les appareils.
 8. Sécurité : Ecwid prend la sécurité au sérieux, avec des certificats SSL intégrés, une conformité PCI et des mesures de protection contre la fraude.
 9. Options d'expédition et de taxes : Ecwid propose une gamme d'options d'expédition et de taxes, y compris des tarifs d'expédition et des calculs de taxes en temps réel.
 10. Prise en charge multilingue et multidevise : Ecwid prend en charge plusieurs langues et devises, ce qui permet aux entreprises de vendre à des clients du monde entier.
 11. Intégration avec des services tiers : Ecwid s'intègre à un large éventail de services tiers, notamment des services de marketing par e-mail, de comptabilité et d'expédition.

Prix d'Ecwid.

Ecwid propose une gamme de plans tarifaires pour convenir aux entreprises de toutes tailles. Les plans tarifaires sont basés sur les fonctionnalités dont vous avez besoin et le nombre de produits que vous avez dans votre boutique en ligne. Voici un aperçu des plans tarifaires :



1. **Plan gratuit** : Le plan gratuit permet aux entreprises de vendre jusqu'à 10 produits et comprend des fonctionnalités essentielles telles que la conception adaptée aux mobiles, l'intégration de Facebook et la gestion des stocks.
2. **Plan Venture** : 15 \$/mois pour un maximum de 100 produits, et comprend des fonctionnalités supplémentaires telles que les tarifs d'expédition en temps réel, les coupons de réduction et la récupération des paniers abandonnés.
3. **Plan d'affaires** : 35 \$/mois pour un maximum de 2 500 produits, et comprend des fonctionnalités telles que des variantes de produits, des produits numériques et une assistance prioritaire.
4. **Forfait illimité** : 99 \$/mois pour un nombre illimité de produits et comprend des fonctionnalités telles que les prix de gros, l'assistance prioritaire et l'assistance téléphonique.
5. **Plan Entreprise** : tarification personnalisée pour les entreprises à volume élevé ayant des besoins avancés, y compris des fonctionnalités personnalisées et une gestion de compte dédiée.

Avantages et inconvénients d'Ecwid.

Comme toute plateforme de commerce électronique, Ecwid a ses avantages et ses inconvénients. Voici quelques-uns des avantages et des inconvénients de l'utilisation d'Ecwid:

Avantages:

1. **Vente multiplateforme** : Ecwid permet aux entreprises de vendre des produits sur plusieurs plateformes, y compris les sites Web, les médias sociaux et les places de marché comme Amazon et eBay. Cela permet aux entreprises d'atteindre les clients où qu'ils fassent leurs achats en ligne, ce qui facilite la croissance de votre clientèle.
2. **Facile à utiliser** : le générateur de boutique d'Ecwid est conçu pour être facile à utiliser, même pour ceux qui n'ont aucune connaissance en codage. L'éditeur par glisser-déposer de la plateforme permet aux entreprises de personnaliser rapidement et facilement le design de leur boutique.



3. Flexibilité : Ecwid est une plateforme flexible qui peut être personnalisée pour répondre aux besoins de votre entreprise. Il s'intègre à un large éventail de services tiers, permettant aux entreprises d'ajouter les fonctionnalités dont elles ont besoin à leur boutique en ligne.
4. Conception adaptée aux mobiles : les modèles d'Ecwid sont conçus pour être adaptés aux mobiles, ce qui garantit que votre boutique en ligne a fière allure sur tous les appareils. C'est important, car de plus en plus de clients font leurs achats sur leurs appareils mobiles.
5. Prise en charge multilingue et multidevise : Ecwid prend en charge plusieurs langues et devises, ce qui permet aux entreprises de vendre facilement à des clients du monde entier.
6. Gamme de plans tarifaires : Ecwid propose une gamme de plans tarifaires adaptés aux entreprises de toutes tailles, ce qui en fait une option abordable pour les entreprises qui débutent.
7. Sécurité : Ecwid prend la sécurité au sérieux, avec des certificats SSL intégrés, une conformité PCI et des mesures de protection contre la fraude.
8. Gestion des clients : Ecwid permet aux entreprises de gérer les données de leurs clients, y compris l'historique des commandes, les informations d'expédition et les coordonnées. Les entreprises peuvent également proposer des comptes clients, ce qui permet aux clients d'enregistrer leurs coordonnées et d'effectuer de futurs achats rapidement et facilement.
9. Outils marketing : Ecwid fournit une gamme d'outils marketing pour aider les entreprises à promouvoir leur boutique en ligne. Il s'agit notamment d'outils de référencement, de marketing par e-mail, d'intégrations de médias sociaux, etc.
10. Excellent support client : Ecwid offre un excellent support client, avec une gamme de ressources disponibles pour aider les entreprises à tirer le meilleur parti de la plateforme. Il s'agit notamment d'une base de connaissances, d'un forum communautaire et d'une assistance par e-mail.



Contre:

1. Personnalisation limitée : Bien que les modèles d'Ecwid soient faciles à utiliser, ils sont également limités en termes d'options de personnalisation, ce qui peut être un inconvénient pour les entreprises qui souhaitent un aspect et une convivialité uniques pour leur boutique en ligne.
2. Options de conception limitées : Bien que les modèles d'Ecwid soient adaptés aux mobiles, ils peuvent ne pas être aussi attrayants visuellement que certaines autres plateformes de commerce électronique.
3. Options de paiement limitées : Bien qu'Ecwid prenne en charge une gamme d'options de paiement, certaines entreprises peuvent constater que leur passerelle de paiement préférée n'est pas prise en charge.
4. Intégrations limitées : Bien qu'Ecwid s'intègre à un large éventail de services tiers, il peut ne pas s'intégrer à tous les services utilisés par les entreprises, ce qui peut être un inconvénient pour les entreprises ayant des besoins spécifiques.
5. Fonctionnalités limitées sur les plans moins chers : Bien que les plans tarifaires d'Ecwid soient compétitifs, les entreprises peuvent avoir besoin de passer à un plan plus cher pour accéder aux fonctionnalités dont elles ont besoin.

Conclusion:

Dans l'ensemble, Ecwid est une plate-forme de commerce électronique solide qui offre aux entreprises une gamme de fonctionnalités pour les aider à créer et à gérer leur boutique en ligne. Avec sa vente multiplateforme, sa facilité d'utilisation, sa flexibilité et sa gamme de plans tarifaires, Ecwid est un excellent choix pour les entreprises de toutes tailles. Cependant, ses options de personnalisation limitées, ses options de paiement limitées et ses intégrations limitées peuvent le rendre moins adapté à certaines entreprises. En fin de compte, le choix de la plate-forme de commerce électronique dépend de vos besoins spécifiques et de votre budget, et il vaut la peine d'envisager une gamme d'options avant de prendre une décision.



Plan de leçon :

Titre : Commencez à vendre en ligne avec Ecwid pour les personnes ayant moins d'opportunités

Durée : 120 minutes (2 heures)

Visées:

L'objectif de cette session de formation de 30 minutes est de présenter aux participants la plateforme de commerce électronique Ecwid et de leur fournir les compétences et les connaissances nécessaires pour créer une boutique en ligne à l'aide d'Ecwid.

Matériel nécessaire :

- Un ordinateur ou un ordinateur portable pour chaque participant avec accès à Internet
- Un projecteur et un écran pour le présentateur
- Documents ou liens vers des ressources pour les participants

Procédure:

Introduction (5 minutes)

- Présenter le sujet de la session de formation et la plateforme de commerce électronique Ecwid
- Expliquer l'importance d'avoir une boutique en ligne et les avantages de l'utilisation d'Ecwid (l'accent est mis sur les avantages)

Présentation d'Ecwid (30 minutes)

- Fournir un aperçu de la plateforme Ecwid, de ses fonctionnalités et de ses plans tarifaires (le texte ci-dessus). Il appartient au formateur de :
 - Il suffit de montrer en ppt, ou d'utiliser la dynamique de groupe pour intégrer cette partie.
 - Imprimez le texte et partagez-le avec les participants, demandez-leur de lire et ouvrez un espace de discussion.



- Les participants peuvent être séparés en différents groupes et ils doivent rechercher des informations sur Ecwid en fonction de chaque paragraphe, puis résumer et présenter devant le reste du groupe et les commentaires suivent... (c'est un bon exemple à faire en ligne sur zoom en divisant les participants dans des salles de tâches...)
- Montrez aux participants comment créer un compte Ecwid et naviguer dans le tableau de bord.

Mise en place d'une boutique en ligne (40 minutes)

- Guidez les participants tout au long du processus de création d'une boutique en ligne à l'aide d'Ecwid, de création d'un compte et de configuration du compte. Le compte gratuit sur Ecwid permet la création de 10 produits et sont prêts à être vendus.
- Abordez des sujets tels que l'ajout de produits, la personnalisation du design de la boutique, la configuration des options de paiement et d'expédition et la configuration des taxes.

Commercialisation de votre magasin (25 minutes)

- Discuter des stratégies de marketing pour la promotion d'une boutique en ligne, y compris les médias sociaux et le marketing par e-mail
- Montrez aux participants comment utiliser les outils marketing intégrés d'Ecwid, tels que l'optimisation SEO et les campagnes par e-mail.

Conclusion et questions-réponses (20 minutes)

- Résumez les points clés abordés lors de la session de formation
- Laissez le temps aux participants de poser des questions et de clarifier leurs doutes.

Documents et ressources :

- Ecwid Centre d'aide: <https://support.ecwid.com/hc/en-us>
- Ecwid YouTube Canal: <https://www.youtube.com/c/Ecwid/videos>
- Ecwid Blog: <https://www.ecwid.com/blog/>



4.2. Créer un logo (canva.com)

Introduction:

Canva est une plateforme de conception graphique qui permet aux utilisateurs de créer un large éventail de designs, des publications sur les réseaux sociaux et des supports marketing aux présentations et aux logos. Il a été fondé en 2012 par Melanie Perkins, Cliff Obrecht et Cameron Adams, et est depuis devenu l'un des outils de conception les plus populaires disponibles en ligne.

Canva est conçu pour être facile à utiliser, même pour ceux qui n'ont aucune expérience préalable en matière de conception. Il propose une gamme de modèles, de graphiques et de polices prédéfinis que les utilisateurs peuvent personnaliser pour créer leurs propres designs uniques. Dans ce guide, nous allons vous présenter les fonctionnalités et les capacités de Canva.

Caractéristiques de Canva :

Modèles:

Canva propose une large gamme de modèles pour différents types de conceptions, notamment des publications sur les réseaux sociaux, des présentations, des cartes de visite, des affiches, etc. Chaque modèle est préconçu avec une mise en page, des couleurs et des polices que les utilisateurs peuvent personnaliser en fonction de leurs besoins.

Graphisme:

Canva dispose d'une vaste bibliothèque de graphiques, notamment des icônes, des illustrations et des photos, que les utilisateurs peuvent utiliser pour améliorer leurs conceptions. Les utilisateurs peuvent rechercher des graphiques spécifiques à l'aide de mots-clés ou parcourir différentes catégories pour trouver le graphique adapté à leur conception.

Texte:

Canva propose une gamme d'outils de texte que les utilisateurs peuvent utiliser pour ajouter du texte à leurs créations. Les utilisateurs peuvent choisir parmi une variété de polices, de tailles, de couleurs et de styles pour créer leurs propres conceptions de texte uniques.



Arrière-plan:

Canva propose une large gamme d'images et de motifs d'arrière-plan que les utilisateurs peuvent utiliser pour créer un arrière-plan pour leurs créations. Les utilisateurs peuvent également télécharger leurs propres images pour les utiliser comme arrière-plan.

Collaboration:

Canva permet aux utilisateurs de collaborer sur des conceptions avec d'autres membres de l'équipe ou des clients. Les utilisateurs peuvent partager leurs créations avec d'autres personnes et leur permettre d'apporter des modifications ou des commentaires.

Marque:

Canva permet aux utilisateurs de créer et d'enregistrer la palette de couleurs, les polices et le logo de leur marque, ce qui facilite l'application d'une image de marque cohérente sur tous les designs.

Redimensionner:

Canva dispose d'un outil de redimensionnement intégré qui permet aux utilisateurs de redimensionner facilement leurs designs pour différentes plateformes de médias sociaux, documents imprimés, etc.

L'application mobile :

Canva dispose d'une application mobile qui permet aux utilisateurs de créer et de modifier des designs lors de leurs déplacements. L'application offre bon nombre des mêmes fonctionnalités que la version de bureau, notamment des modèles, des graphiques et des outils de texte.

Avantages de Canva :

Interface conviviale :

Canva est conçu pour être convivial et facile à naviguer, même pour ceux qui n'ont aucune expérience préalable en matière de conception. L'interface glisser-déposer et les modèles prédéfinis permettent aux utilisateurs de créer rapidement des designs d'aspect professionnel.



Coûts:

Canva propose une gamme de plans tarifaires, y compris un plan gratuit qui comprend de nombreuses fonctionnalités de base. Les plans payants offrent des fonctionnalités supplémentaires, mais restent abordables par rapport à d'autres outils de conception.

Versatilité:

Canva peut être utilisé pour créer un large éventail de designs, des publications sur les réseaux sociaux aux supports marketing et aux présentations. Cela en fait un outil polyvalent pour les entreprises et les particuliers.

Collaboration:

La fonctionnalité de collaboration de Canva permet aux utilisateurs de travailler avec d'autres personnes sur des conceptions, ce qui en fait un excellent outil pour les équipes et les clients.

Marque:

La fonctionnalité de personnalisation de Canva permet aux utilisateurs de créer et d'enregistrer les couleurs, les polices et les logos de leur marque, ce qui facilite l'application d'une image de marque cohérente sur tous les designs.

Plan de leçon :

Titre : Créer un logo avec Canva pour les personnes ayant moins d'opportunités

Durée : 40 minutes

Visées:

- Comprendre les bases de la création d'un logo à l'aide de Canva
- Apprenez à choisir des éléments de design pour votre logo
- Apprenez à personnaliser votre logo avec les outils de Canva
- Comprendre l'importance des types de fichiers et de la taille des logos

Matériaux:

- Ordinateur avec accès à Internet



- Canva.com compte (gratuit ou payant)
- Accès à un navigateur web

Procédure:

Introduction (5 minutes)

- Introduire le sujet de la création d'un logo avec Canva
- Expliquer l'importance d'avoir un logo fort pour une entreprise ou une marque personnelle
- Discuter des bases des outils de création de logo de Canva

Choix des éléments de conception (10 minutes)

- Explorez la bibliothèque de modèles de logos et d'éléments de design de Canva
- Discutez de l'importance de choisir des éléments de design qui représentent la personnalité et le message de votre marque
- Parcourez des exemples de logos réussis et analysez les éléments de design utilisés

Personnalisation de votre logo (15 minutes)

- Choisissez un modèle ou partez de zéro
- Ajoutez du texte, des formes et des graphiques à votre conception
- Personnalisez les couleurs et les polices pour qu'elles correspondent au style de votre marque
- Expérimentez différentes options de conception et de mise en page

Exportation et dimensionnement de votre logo (10 minutes)

- Discutez de l'importance de choisir le bon type de fichier pour votre logo (PNG, JPG, SVG)
- Montrer comment exporter votre logo depuis Canva
- Discutez de l'importance de dimensionner correctement votre logo pour différentes applications (médias sociaux, site Web, documents imprimés)



Q&R (5 minutes)

- Répondez à vos questions et fournissez des ressources ou des conseils supplémentaires.

Documents ou ressources :

- Canva's Logo Design Guide (<https://www.canva.com/learn/logo-design/>)
- Canva's Design Elements Library (<https://www.canva.com/elements/logos/>)
- Canva's File Export Guide (<https://www.canva.com/learn/export-images/>)
- Canva's Logo Sizing Guide (<https://www.canva.com/learn/logo-size/>)

4.3. Prendre et télécharger des photos du produit

Pourquoi est-ce si important ?

Il est important de savoir comment prendre et télécharger des photos d'un produit sur un site de commerce électronique pour plusieurs raisons :

1. **Attirer et engager les clients : Des photos de produits de** bonne qualité peuvent attirer des clients potentiels dans votre boutique de commerce électronique et les encourager à s'engager avec vos produits. Des photos claires et bien éclairées qui présentent le produit sous plusieurs angles peuvent aider les clients à prendre des décisions d'achat éclairées et augmenter la probabilité d'une vente.
2. **Renforcer la confiance et la crédibilité :** des photos de produits de haute qualité peuvent aider à établir la confiance et la crédibilité auprès de vos clients. Lorsque les clients peuvent voir un produit clairement et en détail, ils sont plus susceptibles d'avoir confiance qu'il est conforme à sa description et qu'il répondra à leurs attentes.
3. **Amélioration de l'expérience client :** les clients veulent voir ce qu'ils achètent, et les photos de produits offrent cette expérience visuelle. En téléchargeant des photos de produits de haute qualité, vous offrez aux clients une meilleure expérience d'achat et améliorez leur satisfaction à l'égard de votre boutique en ligne.



4. Améliorer le référencement : Les moteurs de recherche comme Google donnent la priorité aux sites Web qui ont des images de haute qualité sur leurs pages. En téléchargeant des photos de produits optimisées sur votre site Web de commerce électronique, vous pouvez améliorer le classement de votre site Web dans les moteurs de recherche et attirer plus de trafic vers votre magasin.

5. **Se différencier de la concurrence** : Des photos de produits de bonne qualité peuvent aider vos produits à se démarquer de vos concurrents. En présentant vos produits sous le meilleur jour possible, vous pouvez créer une image unique et distinctive pour votre marque et vos produits.

En résumé, prendre et télécharger des photos de bonne qualité des produits est essentiel pour les magasins de commerce électronique. Des photos de produits de haute qualité peuvent améliorer l'engagement, la confiance, la crédibilité et la satisfaction des clients, ainsi qu'améliorer le référencement et différencier vos produits de ceux de vos concurrents.

Plan de leçon :

Titre : Prendre et télécharger des photos sur la plate-forme de commerce électronique Ecwid

Durée : 70 minutes

Objectifs:

- Comprendre l'importance de prendre de bonnes photos de produits pour une boutique de commerce électronique
- Apprenez à prendre des photos de haute qualité de produits à l'aide d'un smartphone ou d'un appareil photo
- Découvrez comment télécharger et optimiser des photos de produits dans Ecwid
- Comprendre l'impact de bonnes photos de produits sur les ventes e-commerce et l'expérience client

Matériaux:

- Ordinateur avec accès à Internet



- Compte de la plateforme de commerce électronique Ecwid (gratuit ou payant)
- Accès à un navigateur web
- Smartphone ou appareil photo pour prendre des photos de produits

Procédure:

Introduction (5 minutes)

- Introduire le sujet de la prise et du téléchargement de photos dans une boutique de commerce électronique
- Discutez de l'importance de bonnes photos de produits pour les ventes de commerce électronique et l'expérience client

Conseils pour prendre de bonnes photos de produits (20 minutes)

1. Discutez de l'importance de l'éclairage, de la composition et du placement de produit pour prendre de bonnes photos de produits
2. Fournir des conseils pour prendre des photos de produits à l'aide d'un smartphone ou d'un appareil photo
3. Montrez des exemples de bonnes photos de produits et analysez leur composition et leur éclairage

Téléchargement et optimisation d'images de produits dans Ecwid (25 minutes)

- Montrer comment télécharger des photos de produits sur Ecwid
- Discutez de l'importance d'optimiser les images de produits pour le référencement et la vitesse du site Web
- Montrer comment utiliser les outils d'optimisation d'image d'Ecwid pour améliorer les performances d'un site Web
- Fournir des conseils sur la façon de nommer les images de produits et d'ajouter du texte alternatif pour améliorer l'accessibilité et le référencement.

Importance de bonnes photos de produits pour les ventes de commerce électronique (10 minutes)



- Discutez de l'impact de bonnes photos de produits sur les ventes de commerce électronique et l'expérience client
- Montrez des exemples de sites Web avec de bonnes photos de produits et discutez de leur impact sur l'engagement des utilisateurs et les ventes

Q&R (10 minutes)

- Répondez à vos questions et fournissez des ressources ou des conseils supplémentaires.

Handouts or Resources:

- Ecwid's Image Optimization Guide (<https://support.ecwid.com/hc/en-us/articles/360007235540-Image-optimization>)
- Shopify's Product Photography Guide (<https://www.shopify.com/blog/product-photography-guide>)
- Canva's Photography Guide (<https://www.canva.com/learn/photography/>)

4.4. Configurer les détails du produit

Introduction

En suivant ces instructions, vous pouvez vous assurer que vos produits sont correctement configurés dans Ecwid, ce qui permet aux clients de les trouver et de les acheter plus facilement. N'oubliez pas de revoir et de mettre à jour régulièrement les détails de vos produits pour que votre boutique reste à jour et attrayante pour les clients.

1. Connectez-vous à votre compte Ecwid et accédez à l'onglet « Catalogue ». À partir de là, cliquez sur l'onglet « Produits », puis cliquez sur le bouton « Ajouter un produit ».
2. Saisissez le nom du produit dans le champ « Nom ». Le nom du produit doit être clair et descriptif, et aider les clients à comprendre ce qu'est le produit. Par exemple, si vous vendez un t-shirt, le nom du produit peut être « T-shirt en coton doux pour femmes ».
3. Rédigez une description détaillée du produit dans le champ « Description ». Cela devrait fournir aux clients toutes les informations dont ils ont besoin pour effectuer un



achat, y compris les caractéristiques et les avantages du produit, les matériaux utilisés et les instructions d'entretien. Une bonne description de produit peut aider les clients à comprendre ce qui rend votre produit unique et pourquoi ils devraient l'acheter.

4. Saisissez une unité de gestion des stocks (SKU) unique dans le champ « SKU ». Le SKU est un identifiant unique qui vous aide à gérer les stocks et doit être spécifique à chaque produit. Par exemple, si vous vendez le t-shirt mentionné ci-dessus, le SKU pourrait être « WSCTT-01 ».
5. Ajoutez des images de produits en cliquant sur l'onglet « Images ». Vous pouvez télécharger plusieurs images pour chaque produit afin de montrer différents angles, couleurs ou détails. Assurez-vous que les images sont de haute qualité et montrent le produit sous le meilleur jour possible.
6. Définissez le prix du produit dans le champ « Prix ». Vous pouvez également ajouter des variations, telles que la taille ou la couleur, en cliquant sur l'onglet « Variations ». Cela permet aux clients de choisir le produit exact qu'ils veulent.
7. Définissez le poids et les dimensions du produit dans l'onglet « Expédition ». Ces informations sont utilisées pour calculer les frais d'expédition, alors assurez-vous qu'elles sont exactes. Si vous vendez des produits numériques, vous pouvez ignorer cette étape.
8. Configurez les options du produit telles que les personnalisations, les mises à niveau ou les modules complémentaires en cliquant sur l'onglet « Options ». Cela permet aux clients de personnaliser leur commande et peut contribuer à augmenter les ventes.
9. Configurez des catégories de produits et des étiquettes pour aider les clients à trouver vos produits plus facilement. Les catégories sont de grands groupes de produits, tels que « Vêtements » ou « Électronique », tandis que les balises sont des mots-clés plus spécifiques qui décrivent le produit, tels que « T-shirt » ou « iPhone ». Cela peut être fait en cliquant sur les onglets « Catégories » et « Tags ».
10. Configurez des options ou des remises sur les produits, telles que des remises sur quantité ou des offres groupées de produits, en cliquant sur l'onglet « Remises ». Cela peut aider à inciter les clients à effectuer un achat.



11. Une fois que vous avez saisi tous les détails nécessaires du produit, cliquez sur le bouton « Enregistrer » pour enregistrer votre produit. Votre produit sera maintenant répertorié dans votre boutique en ligne et disponible à l'achat pour les clients.

Plan de leçon :

Titre : Création d'une équipe de référencement de produits

Durée : 60 minutes

Objectifs:

- Pour aider les participants à apprendre à configurer les détails du produit dans Ecid
- Encourager la collaboration et la créativité dans la création de listes de produits convaincantes
- Donner aux participants l'occasion de réseauter et d'échanger des idées.

Matériaux:

- Accès à un ordinateur avec une connexion Internet
- Exemples de produits à utiliser pour l'activité (produits physiques ou images de produits)
- Stylo et papier

Procédure:

- Commencez par présenter l'activité et expliquez l'importance de créer des listes de produits de haute qualité pour une boutique en ligne.
- Divisez les participants en petits groupes de 3 à 4 personnes et attribuez à chaque groupe un échantillon de produit avec lequel travailler.
- Demandez à chaque groupe de se connecter à son compte Ecid et de commencer à configurer les détails du produit qui lui a été attribué. Ils doivent travailler en



collaboration pour rédiger une description de produit convaincante, fixer le prix et les variantes du produit, et télécharger des images de produits de haute qualité.

- Encouragez les participants à faire preuve de créativité et à réfléchir à ce qui permettrait à leur produit de se démarquer auprès des clients. Ils peuvent utiliser un stylo et du papier pour esquisser des idées d'images de produits ou réfléchir à des slogans et à des textes marketing.
- Après 30 à 40 minutes de travail sur les détails du produit, demandez à chaque groupe de présenter sa liste de produits terminée au groupe plus large. Prévoyez du temps pour les questions et les commentaires des autres participants.
- Terminez l'activité en encourageant les participants à continuer à travailler sur leur boutique en ligne et en leur offrant des ressources ou du soutien supplémentaires dont ils pourraient avoir besoin.

Documents ou ressources :

- Ecid Base de connaissances: Comment créer une liste de produits:
<https://support.ecwid.com/hc/en-us/articles/115005902569-Adding-products-to-your-store>
- Ecid E-commerce Support - Comment ajouter un nouveau produit:
 - https://www.youtube.com/watch?v=SngqU-V7_PA
- Liste de contrôle de la liste de produits : Une liste de contrôle imprimable pour aider les participants à s'assurer qu'ils ont inclus tous les détails nécessaires sur les produits dans leurs listes (effectuée par le formateur).



4.5. Comment modifier les informations

Introduction

- Connectez-vous à votre compte Ecwid et accédez à l'onglet « Catalogue ». À partir de là, cliquez sur l'onglet « Produits ». Cela vous amènera à une liste de tous les produits de votre magasin.
- Recherchez le produit dont vous souhaitez modifier les informations et cliquez sur son nom ou son image pour ouvrir la page de détails du produit. Cela vous amènera à la page du produit individuel où vous pourrez modifier ses informations.
- Une fois que vous êtes sur la page des détails du produit, vous pouvez modifier le nom du produit, le prix ou toute autre information en cliquant sur le champ que vous souhaitez modifier. Par exemple, si vous souhaitez modifier le prix du produit, il vous suffit de cliquer sur le champ « Prix » et de saisir le nouveau prix.
- Au fur et à mesure que vous apportez des modifications aux détails du produit, vous verrez un bouton « Enregistrer » en bas de la page. Assurez-vous de cliquer sur ce bouton pour enregistrer vos modifications. Si vous n'enregistrez pas vos modifications, elles ne seront pas appliquées au produit.
- Une fois que vous avez enregistré vos modifications, revenez à votre liste de produits pour vous assurer que les modifications ont été apportées. Vous pouvez également consulter le produit sur votre boutique en ligne pour confirmer que les modifications y ont également été appliquées.

Voici quelques conseils supplémentaires à garder à l'esprit :

- Il est important de s'assurer que les informations sur vos produits sont exactes et à jour pour éviter toute confusion ou insatisfaction des clients. Assurez-vous de consulter régulièrement vos listes de produits pour vous assurer que toutes les informations sont exactes et que les modifications nécessaires sont apportées en temps opportun.
- Si vous avez connecté votre boutique Ecwid à une plateforme tierce, telle qu'un canal de médias sociaux ou un système de point de vente, vous devrez peut-être apporter des modifications aux informations sur les produits aux deux endroits.



- En plus de modifier les informations sur les produits, vous pouvez également ajouter ou supprimer des produits de votre boutique selon vos besoins. Pour ajouter un nouveau produit, cliquez sur le bouton « Ajouter un nouveau produit » sur la page de votre liste de produits. Pour supprimer un produit, il suffit de cliquer sur le bouton « Supprimer » à côté du produit sur la page de votre liste de produits.

Plan de leçon :

Titre : Mise à jour des informations sur les produits dans Ecwid

Durée : 30 à 45 minutes

Objectifs:

- Pour savoir comment mettre à jour les informations sur les produits, telles que le nom et le prix, sur la plateforme
- S'assurer que les informations sur les produits sont exactes et à jour afin d'éviter toute confusion ou insatisfaction des clients

Matériaux:

- Accès à un compte Ecwid
- Une liste de produits à mettre à jour (réelle ou hypothétique)

Procédure:

- Commencez par introduire le concept de mise à jour des informations sur les produits dans Ecwid. Expliquez pourquoi il est important de maintenir des informations sur les produits exactes et à jour, et soulignez les conséquences potentielles de ne pas le faire.
- Guidez les participants à travers les étapes de la mise à jour des informations sur le produit, en utilisant les instructions des instructions comme guide. Démontrez le processus sur un écran ou un tableau blanc, en soulignant les points clés ou les pièges potentiels.
- Après avoir démontré le processus, donnez aux participants le temps de l'essayer par eux-mêmes. Fournissez une liste de produits (réels ou hypothétiques) et demandez-leur de mettre à jour les informations pour chacun d'eux.



- Pendant que les participants travaillent, circulez dans la salle pour offrir de l'aide et répondre à toutes leurs questions. Encouragez-les à vérifier leur travail et assurez-vous que toutes les informations sont exactes et à jour.
- Une fois que les participants ont eu l'occasion de s'exercer à mettre à jour les informations sur les produits, menez une discussion sur l'importance de l'exactitude et de la rapidité. Demandez-leur de partager les défis ou les questions qu'ils ont rencontrés au cours de l'activité, et de fournir des commentaires et des conseils au besoin.

Documents ou ressources :

- Ecid Centre d'aide: Mise à jour des informations sur le produit

<https://support.ecwid.com/hc/en-us/articles/360021829600-Editing-products#:~:text=From%20your%20Ecwid%20admin%2C%20go%20to%20Catalog%20%E2%86%92%20Products.&text=Modify%20product%20details.,Save%20the%20changes.>

- Exemple de liste de produits (réel ou hypothétique)

4.6. Comment savoir si votre produit est vendu ?

Introduction

1. Connectez-vous à votre compte Ecid à l'aide de votre adresse e-mail et de votre mot de passe.
2. Une fois connecté, accédez à l'onglet « Commandes » dans le menu de gauche. Cela fera apparaître une liste de toutes les commandes qui ont été passées dans votre magasin.
3. Recherchez la commande qui contient le produit que vous souhaitez vérifier. Vous pouvez utiliser la barre de recherche en haut de la page pour rechercher le nom du produit ou d'autres informations pertinentes.



4. Une fois que vous avez trouvé la commande, cliquez sur son numéro pour ouvrir la page des détails de la commande. Cela vous donnera plus d'informations sur la commande, y compris les produits qui y étaient inclus.
5. Recherchez le produit que vous souhaitez vérifier dans la liste des produits sur la page des détails de la commande. Si le produit est répertorié, cela signifie qu'il a été vendu au moins une fois.
6. Si le produit n'est pas répertorié sur la page des détails de la commande, cela signifie qu'il n'a pas été vendu. Vous pouvez également vérifier l'onglet « Inventaire » dans Ecwid pour voir s'il reste des unités du produit en stock.
7. Pour vérifier le niveau de stock d'un produit spécifique, allez dans l'onglet « Catalogue » dans Ecwid et sélectionnez le produit que vous souhaitez vérifier. La page de détails du produit vous indiquera combien d'unités du produit sont actuellement en stock.

Voici quelques conseils supplémentaires à garder à l'esprit :

- Il est important de suivre vos niveaux de stock dans Ecwid pour vous assurer que vous ne vendez pas trop de produits. Si vous vendez un produit, assurez-vous de mettre à jour son niveau de stock dans Ecwid pour empêcher les clients de commander un produit en rupture de stock.
- Si vous avez plusieurs canaux de vente connectés à votre compte Ecwid (comme un site Web et une page de médias sociaux), assurez-vous de vérifier toutes les commandes et tous les niveaux de stock pertinents pour vous assurer que vous suivez avec précision les ventes de produits.
- En plus de vérifier les ventes de produits individuels, vous pouvez également générer des rapports dans Ecwid pour obtenir une vue d'ensemble plus large des ventes et des niveaux de stock de votre boutique. Pour générer un rapport, cliquez sur l'onglet « Rapports » dans Ecwid et sélectionnez le rapport que vous souhaitez générer. Cela peut vous aider à identifier les tendances et à prendre des décisions commerciales plus éclairées.



Plan de leçon :

Titre : Détective des ventes de produits

Durée : 30 minutes

Objectifs:

- Familiariser les participants avec le processus de vérification de la vente d'un produit dans Ecwid
- Pour vous entraîner à utiliser les fonctionnalités de recherche et de détails de commande dans Ecwid
- Renforcer l'importance du suivi des niveaux de stock et des données de vente dans une entreprise de commerce électronique

Matériaux:

- Accès à un compte Ecwid
- Stylo et papier pour la prise de notes

Procédure:

- Introduisez l'activité en expliquant que les participants travailleront en équipe au cours de cette activité pour mettre en pratique leurs compétences en matière de vérification de la vente d'un produit dans Ecwid.
- Répartissez les participants en paires ou en petits groupes (selon la taille du groupe)
- Fournissez à chaque groupe une liste de trois à cinq produits actuellement en vente dans leur boutique Ecwid.
- Demandez aux participants de choisir à tour de rôle l'un des produits de leur liste et d'essayer de déterminer s'il a déjà été vendu.
- Encouragez les participants à utiliser la barre de recherche et les fonctionnalités de détails de commande d'Ecwid pour les aider à trouver les informations dont ils ont besoin.



- Une fois qu'un participant a déterminé si un produit a été vendu ou non, il doit le noter sur sa feuille de papier.
- Continuez l'activité jusqu'à ce que tous les produits de la liste aient été vérifiés.
- Réunissez le groupe et discutez des résultats. Demandez aux participants de faire part des difficultés ou des idées qu'ils ont tirées de l'activité.
- Insistez sur l'importance de suivre les niveaux de stock et les données de vente dans Ewid pour aider à gérer efficacement une entreprise de commerce électronique.

Documents ou ressources :

- Liste des produits à vérifier pour les participants
- Instructions pour accéder aux fonctionnalités de recherche et de détails de commande dans Ewid.

4.7. Livraison

Introduction

1. Configurez vos options d'expédition :

Pour commencer à expédier dans Ewid, vous devez d'abord configurer vos options d'expédition. Cela implique de naviguer vers la section « Expédition et ramassage » de votre panneau de configuration Ewid et de configurer les tarifs et les méthodes d'expédition que vous proposez à vos clients.

Voici comment configurer vos tarifs d'expédition :

- Allez dans « Expédition et ramassage » dans votre panneau de configuration Ewid.
- Cliquez sur « Ajouter un mode d'expédition » et choisissez le type de mode d'expédition que vous souhaitez configurer (par exemple, tarif fixe, basé sur le poids, basé sur la valeur, basé sur la destination).



- Définissez les détails de votre mode d'expédition, y compris le tarif ou la fourchette de tarifs que vous souhaitez facturer pour chaque option.

- Vous pouvez également mettre en place des promotions de livraison gratuite ou d'expédition pour des produits ou des catégories spécifiques.

2. Choisissez vos transporteurs :

Ecwid s'intègre à une gamme de transporteurs, notamment USPS, UPS, FedEx, DHL, etc. Vous pouvez sélectionner votre transporteur préféré et configurer vos paramètres d'expédition en conséquence.

Voici comment configurer votre transporteur :

- Allez dans « Expédition et ramassage » dans votre panneau de configuration Ecwid.
- Cliquez sur « Transporteurs » et choisissez le transporteur que vous souhaitez utiliser.
- Suivez les étapes pour connecter votre compte Ecwid à votre compte transporteur et configurer vos préférences d'expédition.

3. Configurer les étiquettes d'expédition :

Une fois que vous avez choisi votre transporteur, vous devez configurer des étiquettes d'expédition pour vos commandes. Cela implique la création et l'impression d'étiquettes qui incluent l'adresse de livraison, le poids et d'autres détails nécessaires pour le colis.

Voici comment configurer vos étiquettes d'expédition :

- Allez dans « Commandes » dans votre panneau de configuration Ecwid.
- Sélectionnez la commande que vous souhaitez expédier et cliquez sur « Créer une étiquette d'expédition ».
- Choisissez votre transporteur et entrez les détails d'expédition.
- Imprimez votre étiquette d'expédition et collez-la à votre colis.

4. Configurez les taxes et les droits de douane :



Si vous vendez à l'international, vous devrez peut-être définir des taxes et des droits de douane pour vos tarifs d'expédition. Vous pouvez utiliser les paramètres de taxes et de droits de douane d'Ecwid pour les calculer automatiquement en fonction du pays de destination.

Voici comment configurer vos taxes et droits de douane :

- Allez dans « Taxes » dans votre panneau de configuration Ecwid.
- Choisissez les paramètres fiscaux qui s'appliquent à votre entreprise, tels que les taxes basées sur l'emplacement ou sur les produits.
- Allez dans « Tâches » et choisissez les paramètres de service qui s'appliquent à votre entreprise, tels que les droits forfaitaires ou basés sur un pourcentage.
- Ecwid calculera automatiquement les taxes et les droits de douane en fonction de la destination d'expédition de vos commandes.

5. Testez vos paramètres d'expédition :

Avant de commencer à traiter les commandes, il est important de tester vos paramètres d'expédition pour vous assurer qu'ils fonctionnent correctement. Vous pouvez le faire en créant des commandes tests et en vérifiant que les tarifs d'expédition, les intégrations de transporteurs et les calculs de taxes fonctionnent tous comme prévu.

Voici comment tester vos paramètres d'expédition :

- Allez dans « Commandes » dans votre panneau de configuration Ecwid.
- Cliquez sur « Créer une commande test » et saisissez les informations nécessaires.
- Choisissez votre mode d'expédition et votre transporteur, et assurez-vous que les tarifs d'expédition et les taxes sont calculés correctement.
- Vérifiez que votre étiquette d'expédition est correctement générée et que vous êtes en mesure de l'imprimer.

Dans l'ensemble, la gestion de l'expédition dans Ecwid peut être un processus complexe qui nécessite une attention aux détails et une bonne compréhension des tarifs d'expédition, des intégrations de transporteurs et des réglementations fiscales et douillières. En prenant le temps



de configurer correctement vos options d'expédition et de les tester de manière approfondie, vous pouvez garantir un processus d'expédition fluide et efficace pour vos clients.

Plan de leçon :

Titre : Jeu de simulation d'expédition

Durée : 60 minutes

Objectifs:

- Comprendre l'importance de l'expédition dans le commerce électronique
- Pour connaître les différentes méthodes d'expédition disponibles dans Ecwid
- S'entraîner à choisir le meilleur mode d'expédition pour une situation donnée

Matériaux:

- Du papier et des stylos pour chaque participant
- Une liste des produits courants à expédier (p. ex., t-shirts, livres, appareils électroniques, etc.)
- Une liste des différentes méthodes d'expédition disponibles dans Ecwid (par exemple, USPS, FedEx, DHL, etc.)

Procédure:

- Commencez par expliquer l'importance de l'expédition dans le commerce électronique et les différents facteurs qui affectent les coûts d'expédition et les délais de livraison.
- Divisez les participants en petits groupes de 3-4 personnes.
- Fournissez à chaque groupe une liste de produits courants à expédier.
- Demandez à chaque groupe de choisir un produit dans la liste et de décider de la meilleure méthode d'expédition à utiliser en fonction du poids, de la destination et des exigences de délai de livraison du produit. Encouragez-les à utiliser les différentes méthodes d'expédition disponibles dans Ecwid.



- Une fois que chaque groupe a choisi un mode d'expédition, demandez-leur de calculer les frais d'expédition et le délai de livraison de leur produit.
- Une fois que tous les groupes ont terminé leurs calculs, demandez-leur de partager leurs choix et leur raisonnement avec le reste des participants.
- Animez une discussion de groupe sur les différents facteurs qui affectent les coûts d'expédition et les délais de livraison, ainsi que sur les meilleures pratiques pour choisir un mode d'expédition dans Ecwid.

Documents ou ressources :

- Liste des produits courants à expédier
- Liste des différentes méthodes d'expédition disponibles dans Ecwid