

boostacom

DIGITAL # COMMUNICATION # FORMATION WEB

Catalogue de formations

Le web change... est-ce que votre entreprise suit ?

EDITION 2020 – 2021

organisme formateur n° 843 806 495 38



www.boostacom.fr



Toutes nos formations 2020



CREATION D'ENTREPRISE STRATEGIE

- C.1 **Analyser son marché** avec la boîte à outils marketing.
- C.2 **Construire et exprimer son identité de marque.**
- C.3 **Définir sa stratégie de communication** et son identité visuelle.
- C.4 **Créer un site internet onepage efficace.**
- C.5 **Créer un site internet multipages efficace.**
- S.1 **Posture du dirigeant** : la transformation digitale.
- S.2 **Construire sa stratégie digitale.**
- S.3 **Définir son plan de communication annuel.**
- S.4 **Inbound marketing** : faire venir les clients à soi.
- S.7 **Maîtriser les aspects juridiques d'internet et du droit à l'image.**



OUTILS

- O.1 **Google Forms** : concevoir une enquête en ligne.
- O.3A **Word 1** : démarrer avec le traitement de texte.
- O.3B **Word 2** : approfondir le traitement de texte.
- O.4A **Powerpoint 1** : démarrer et créer sa présentation.
- O.4B **Powerpoint 2** : se perfectionner, usage avancé.
- O.5 **Excel** : démarrer avec le tableur.



WEBMARKETING

- W.2B **Booster sa visibilité et générer du trafic** sur son site internet .
- W.3A **Wordpress 1** : gérer un site vitrine.
- W.3B **Wordpress 2** : gérer une e-boutique Wordpress.
- W.4 **E-commerce 1** : construire sa stratégie e-commerce
- W.5 **Google Analytics** : suivre la performance du site
- W.6 **SEA Google Adwords** : Démarrer les achats de mots-clés.
- W.7 **SEO : Optimiser le référencement naturel.**
- W.8 **Newsletter et sms** : vendre avec le digital.



MARKETING EDITORIAL

- M.1 **Construire une stratégie éditoriale** sur le web.
- M.2 **Créer et animer un blog** professionnel.
- M.3 **Ecriture web** : écrire pour être lu et pour être vu.
- M.4 **Storytelling**: savoir raconter la belle histoire de la marque.



E-REPUTATION

- R.8 **Google my business et le marketing des avis** : susciter, répondre, utiliser les avis pour vendre
- E.1 **E-réputation** : surveiller et renforcer l'image de son entreprise sur le net.
- E.2 **Construire son identité personnelle** sur le net (personal branding).



RÉSEAUX SOCIAUX

- R.1A **Comprendre et démarrer sur les réseaux sociaux.**
- R.1B **Optimiser sa stratégie social media**
- R.2A **Facebook 1** : démarrer sa page professionnelle.
- R.2B **Facebook 2** : déployer ses ventes et la publicité.
- R.3A **LinkedIn 1** : créer et animer sa page.
- R.3B **LinkedIn 2** : réseauter & optimiser son commercial.
- R.6 **Instagram** : créer et animer sa page
- R.7 **Youtube** : utiliser la puissance du video marketing
- R.8 **Google my business et le marketing des avis** : susciter, répondre, utiliser les avis pour vendre



GRAPHISME

- S5 **Comprendre la création graphique** et son process.
- O6PH1 **Photoshop 1** : Démarrer avec Photoshop
- O6PH2 **Photoshop 2** : Se perfectionner avec Photoshop
- O6PH3 **Photoshop 3** : Devenir expert avec Photoshop
- O7IN1 **Indesign 1** : Démarrer avec Indesign
- G7IN2 **Indesign 2** : Se perfectionner avec Indesign
- O7IN3 **Indesign 3** : Devenir expert avec Indesign
- O7IL1 **Illustrator 1** : Démarrer avec Illustrator
- O7IL2 **Illustrator 2** : Se perfectionner avec Illustrator
- O7IL3 **Illustrator 3** : Devenir expert avec Illustrator

N'hésitez pas à nous contacter
pour connaître détail des programmes !
Tel 06 29 02 20 84

Nos formules d'apprentissage



Nos formations sont éligibles à un financement,

avec montage dossier de formation pour une demande de prise en charge

(frais administratifs 50 € par dossier).



#atelierpartagé

Découvrez nos ateliers partagés : plusieurs entreprises sur un même sujet, traité en 2 séances.

Groupe 3 à 6 pers.

7 à 14h
plusieurs entreprises ensemble

390 € par pers. (2 x 3,,5h)

Atelier ouvert à partir de 3 pers.

Faites baisser vos coûts de formation en vous regroupant à plusieurs entreprises



Financement OPCO sur demande

3 participants minimum



#you&me

Au coeur des besoins de votre entreprise, une formation personnalisée et concentrée sur vos attentes spécifiques Une journée par sujet : bien pratique !

De 1 à 4 pers. sur site client

7 ou 14h
en face-à-face centré sur vos besoins

690 € / jour (7h)

**pour 1 à 4 pers.
d'une même entreprise**

(au-delà, nous consulter)



Financement OPCO sur demande

100 % personnalisé

| Notre expertise



Des formations SUR-MESURE

Le contenu de la formation est conçu selon vos besoins, avec notre expert.



Des intervenants EXPERTS

Professionnels du web et du marketing, sélectionnés selon leurs compétences.



Des tarifs ABORDABLES

Des tarifs étudiés pour permettre à tous de se former.



Formations éligibles à un financement prise en charge du coût de formation (20% à 100 %)

- Salariés ou indépendants : la demande doit s'effectuer au minimum 6 semaines avant la date prévue de la formation auprès de votre OPCA.
- **Comment connaître vos droits à formation ?** > Pour les salariés, ils sont consultables sur votre espace personnel (heures de DIF et heures de CPF) de <https://www.moncompteactivite.gouv.fr/>. > Pour les artisans et indépendants : se renseigner auprès de votre comptable pour connaître l'OPCA qui gère vos droits à formation.
- Boostacom monte votre dossier de formation pour la demande de financement : convention de formation, programme, éléments demandés par l'OPCO (coût forfaitaire par dossier : 50 HT).



2 formules
d'apprentissage
adaptés à vos attentes

#atelierpartagé
plusieurs entreprises ensemble

#you&me
spécifique, centré sur vous
et votre entreprise

| Notre équipe



CECILE TABARIN

 c.tabarin@boostacom.fr

 06 26 94 14 19

Digital, marketing & communication, e-commerce – + de 25 ans d'expérience

- ✓ **Experte en :**
Stratégie digitale ▪ *E.commerce* ▪ *Webmarketing* ▪ *Réseaux sociaux* ▪ *SEO & écriture web* ▪ *Marketing* ▪ *Communication cross-canal* ▪ *B2B* ▪ *B2C*
- ✓ **Maîtrise marketing et communication**
- ✓ **Enseignante en Bachelor et Master I II – matières digitales**



MARIE BERTRAND

 m.bertrand@boostacom.fr

Marketing & communication, marketing de l'innovation, marchés techniques – 7 ans d'expérience

- ✓ **Experte en :**
Etude de marché – *Produits techniques* – *Distribution à l'international*- *Stratégie digitale* ▪ *Webmarketing* ▪ *Réseaux sociaux* ▪ *Digitalisation des organisations* ▪ *B2B*
- ✓ **Master Spécialisé Marketing des Energies**
- ✓ **MIB Campus de Singapour & DESMA Parcours trilingue**
- ✓ **Certification Microsoft office**



MEGANE BLANC

 m.blanc@boostacom.fr

 06 38 41 91 22

Communication et webmarketing - 4 ans d'expérience

- ✓ **Experte en :**
Communication - *Création graphique* - *Webmarketing* & *Réseaux sociaux* - *Marketing*
- ✓ **Master Marketing & Communication Intégrée**

SEVERINE PHILIPPE
 contact@boostacom.fr

 06 26 94 14 19

Graphisme – Packaging – Design - 20 ans d'expérience

- ✓ **Experte en :**
Création graphique – *Chaîne Graphique*
- ✓ **Enseignante Ecole ARIES – Grenoble**

Votre projet de formation – étape par étape

1 1^{er} contact
Evaluation
des besoins **Jour J**

Par téléphone ou en RDV, nous recevons votre demande de formation et évaluons vos besoins (questionnaire) pour construire le programme de formation adapté.

2 Devis
Programme **Délai 5 jours**

Nous vous faisons parvenir un programme personnalisé selon les objectifs de formation et le niveau des stagiaires, ainsi qu'un devis détaillé. Ce devis est à nous retourner signé avec votre bon pour accord, accompagné d'un chèque de caution (il vous sera rendu en fin de formation).

3 Convention
de formation
signée **Délai 3 jours**

Nous établissons une convention de formation (nom et poste des personnes formées, contenu de la formation, jour et horaires réservés). **L'ensemble du dossier signé, doit être envoyé dans les plus brefs délais à votre organisme financeur** et/ou la demande est faite par internet. (Participation frais administratifs : 50 € HT par dossier)

4 Accord
de
financement **Délai 30 jours**

Votre organisme financeur (OPCO) examine votre demande, valide votre dossier et vous notifie le montant subventionné.

5 Début de la
formation **Début à
J + 5 semaines**

La formation débutera une fois l'acceptation de votre dossier réceptionnée, soit environ 30 jours après la signature de la convention. Elle se déroule au choix dans vos locaux ou dans une salle externe, à la date indiquée dans la convention.

6 Fin de la
formation

Une évaluation de la qualité de la formation (questionnaire) est fait en dernière heure de formation. Le formateur vous remet une attestation de formation, concernant les compétences acquises.

| Accueil des stagiaires en situation de handicap



Labellisée Handimanager en 2009 par Companieros, Marie Bertrand, notre référente, est là pour vous aider à construire votre projet de formation sur-mesure et adapté à vos besoins spécifiques !



→ Déroulé possible de la formation dans une salle tout équipée en rez-de-chaussée, conforme aux normes de sécurité sur l'accueil du public.



→ Construction de votre projet sur-mesure en collaboration avec l'organisme CARPACCESS (<https://www.carpaccess.com/>) pour vous garantir un niveau de qualité conforme à la hauteur de vos exigences.

→ Contact : m.bertrand@boostacom.fr

Ils nous font confiance



...ainsi que de nombreuses PME !



Création d'entreprise Stratégie

Analyser son projet,
construire sa stratégie de communication
se faire connaître et trouver des clients.



C.1- Analyser son marché avec la boîte à outils marketing

Dans un environnement de plus en plus volatile, où la concurrence effrénée et la facilité d'accès à tous les produits et services conduisent à l'apparition de clients imprévisibles, les entreprises se doivent de bien connaître leur marché pour mieux le maîtriser.

Savoir analyser son environnement, ses cibles et son entreprise.

Objectifs

- Comprendre la notion de marché
- Connaître ses cibles, identifier leurs attentes et leur parcours d'achat.
- Identifier ses concurrents et les suivre sur le net
- Savoir utiliser les matrices marketing pour analyser son entreprise

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Définir son marché** : les différents acteurs, analyser l'offre et la demande, exploiter les informations externes, opportunités et menaces du marché. *Réaliser une matrice PESTEL, faire une veille de marché.*
- **Définir ses cibles** : segmentation, ciblage, analyse des freins & motivations, le parcours d'achat en 7 étapes, les nouveaux usages. *Réaliser le schéma des cibles, autodiagnostic de communication.*
- **Analyser ses concurrents** : zone de chalandise, intensité de la concurrence, concurrents physiques VS concurrents virtuel. *Faire le mapping concurrence.*
- **Réaliser l'analyse interne de l'entreprise** : sources d'informations, analyse des Domaines d'Activité Stratégiques forces et faiblesses de l'entreprise, identité numérique et e-réputation de l'entreprise. *(Réaliser une matrice BCG, réaliser un schéma d'identité numérique),*
- **Dresser un bilan** externe / interne et définir son positionnement et sa stratégie. *Réaliser la matrice SWOT, digital, définir et énoncer son positionnement.*



2 formules  10,5 h

- **#atelierpartagé** > 10,5h (3 x 3,5h) plusieurs entreprises 585 € HT par pers. 3 personnes minimum
- **#you&me** > 10,5 h – centré sur votre entreprise 1 035 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi, créateur d'entreprise.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



C.2 – Construire et exprimer son identité de marque

Dans un environnement en pleine mutation, les marques doivent constamment s'adapter afin de rester des marques désirables et mémorables. Multiplication des expériences, défi de la mobilité, bataille de l'attention, nouvelles quêtes de sens : les marques doivent se refonder et redessiner leur patrimoine. Plus qu'hier... et moins que demain, la marque est une composante essentielle de la relation avec ses clients !

Objectifs

- Maîtriser les enjeux stratégiques d'une identité de marque
- Traduire les valeurs & la personnalité de l'entreprise et ses marques
- Concevoir et/ou faire évoluer une identité visuelle

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rôle et fonctions de la marque** : Eléments de la marque. Marque-mère et marques filles. Outil de création de valeur et de fidélisation. La fonction de garantie (confiance, labels qualité). La fonction d'identification par le consommateur.
- **Construire une marque forte** : Penser sa marque à travers ses cibles (les personas). Définir & valoriser son identité de marque : prisme de la marque – audit de marque. Développer la notoriété et l'image de sa marque. E-réputation.
- **Traduire l'essence de la marque en identité visuelle** : le logo et la charte graphique. Symbolique des couleurs. Symbolique des formes. Symbolique des typographies. Le rôle du logo. La charte graphique. Les supports imprimés. Les supports digitaux.
- **Concevoir un univers spécifique à la marque.** . Univers symbolique, univers visuel, univers sonore...
- **Traduire la marque dans une stratégie éditoriale** : l'univers sémantique de la marque, le storytelling, le brand content, la stratégie « social media », la video.
- **Traduire la marque en vidéo** : les différents types de vidéo, construire un storyboard, bonnes pratiques à respecter, diffuser la vidéo et favoriser sa viralité.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur votre entreprise 690 € pour 1 à 4 pers
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et le marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



C.3 – Définir sa stratégie de communication et son identité visuelle

Que vous vous lanciez dans l'entrepreneuriat ou que vous ajoutiez une nouvelle activité à votre entreprise, avant même de finaliser son montage, une réflexion marketing et communication structurée est nécessaire. Elle aidera à valoriser votre projet et à le présenter de façon attractive, pour emporter l'adhésion de vos interlocuteurs.

Objectifs

- Réaliser un diagnostic marketing de votre projet : forces, faiblesses, opportunités, menaces.
- Définir les publics cibles, identifier la concurrence
- Donner une identité à votre projet
- Construire et présenter un plan de communication

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Etablir un diagnostic marketing du projet** : Présentation du projet et de son manager. . Analyse du marché et de l'environnement (Pestel). Contexte concurrentiel (veille et mapping concurrence). Opportunités et menaces du marché, Forces et faiblesses du projet (SWOT). Positionnement du projet. *Analyse PESTEL, SWOT, autodiagnostic de l'existant*
- **Déterminer les cibles et formuler des objectifs mesurables** : Etude et segmentation des cibles. Freins et motivation des cibles. Détermination des cibles prioritaires. Définir les objectifs en fonction des publics ciblés. *Réaliser le schéma des cibles..*
- **Créer l'identité visuelle du projet et la stratégie de communication** : Donner un nom de marque. Contrôler la disponibilité du nom de domaine. Réaliser un logotype et une carte de visite. Choisir le pack communication et les actions. *Tableau de scoring du nom, tableau de scoring du logo.*
- **Présenter le projet** : Articuler la présentation du projet (plan) de façon cohérente et attractive. Chercher les illustrations adéquates. Présenter le projet et argumenter. *Réaliser une présentation PPT du projet.*



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur votre entreprise 690 € pour 1 à 4 pers
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Personne en cours de création d'entreprise, auto-entrepreneur, personne en reconversion.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



C.4– Créer un site internet Onepage efficace

Le site internet est le cœur du dispositif digital. Attrayant, « responsive », bien référencé, avec un contenu « riche »... il est demandé des compétences en web stratégie, web développement et référencement tandis que Google pénalise fortement les sites mal conçus. Faire les bons diagnostics, choisir les prestataires, comprendre les données techniques... ayez toutes les cartes en main pour construire un site efficace !

Objectifs

- Piloter un projet de site internet avec efficacité
- Analyser le contexte internet de son activité
- Définir les objectifs du site internet et identifier les publics
- Rédiger le cahier des charges : technique, contenu, fonctionnalités
- Comprendre les étapes de création du site et leurs enjeux.
- Se familiariser avec la gestion de contenu web

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre l’environnement du projet** : Définition d’un site internet efficace / Le site internet au cœur du dispositif / Les grandes étapes du projet / Contexte législatif internet
- **Initialiser sa réflexion stratégique** : Connaître le profil des internautes ciblés / Contexte digital du secteur d’activité et contexte concurrentiel web/ Objectifs et contraintes du projet de site internet / *Atelier : Réaliser l’étude stratégique*
- **Arborescence et cahier des charges** : Création de l’arborescence / Rédaction du cahier des charges / Typologie des solutions techniques / Design web / Rétroplanning / *Atelier : Construire l’arborescence du site internet et le webdesign de la page d’accueil*
- **Gestion du contenu des pages** : Les différents types de contenu / Modélisation et hiérarchisation du contenu / Principales fonctionnalités / Eléments de réassurance / Bien choisir ses mots clés / Principes d’écriture des contenus web / *Atelier : Ecriture web*



2 formules  10,5h

- **#atelierpartagé** > 10,5h plusieurs entreprises 585 € par pers. 3 personnes minimum
- **#you&me** > 10,5 h – centré sur votre entreprise 1035 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d’emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l’aise avec internet. Avoir un site internet wordpress.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d’exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



C.5– Créer un site internet multipages efficace

Le site internet est le cœur du dispositif digital. Attrayant, « responsive », bien référencé, avec un contenu « riche »... il est demandé des compétences en web stratégie, web développement et référencement tandis que Google pénalise fortement les sites mal conçus. Faire les bons diagnostics, choisir les prestataires, comprendre les données techniques... ayez toutes les cartes en main pour construire un site efficace !

Objectifs

- Piloter un projet de site internet avec efficacité
- Analyser le contexte internet de son activité
- Définir les objectifs du site internet et identifier les publics
- Rédiger le cahier des charges : technique, contenu, fonctionnalités
- Comprendre les étapes de création du site et leurs enjeux.
- Se familiariser avec la gestion de contenu web

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre l’environnement du projet** : Définition d’un site internet efficace / Le site internet au cœur du dispositif / Les grandes étapes du projet / Contexte législatif internet
- **Initialiser sa réflexion stratégique** : Connaître le profil des internautes ciblés / Contexte digital du secteur d’activité et contexte concurrentiel web/ Objectifs et contraintes du projet de site internet / *Atelier : Réaliser l’étude stratégique*
- **Arborescence et cahier des charges** : Création de l’arborescence / Rédaction du cahier des charges / Typologie des solutions techniques / Design web / Rétroplanning / *Atelier : Construire l’arborescence du site internet et le webdesign de la page d’accueil*
- **Principes de base du référencement** : Qu’est-ce que le référencement naturel (SEO) et le référencement payant (SEA) ? Le principe de la long train. Comment choisir et utiliser ses mots clés. Découverte d’un outil gratuit de référencement Uber suggest.
- **Gestion du contenu des pages** : Les différents types de contenu / Modélisation et hiérarchisation du contenu / Principales fonctionnalités / Eléments de réassurance / Bien choisir ses mots clés / Principes d’écriture des contenus web / *Atelier : écriture web*



2 formules  14 h

- **#atelierpartagé** > 14 h plusieurs entreprises
780 € par pers.
- **#you&me** > 14 h – centré sur votre entreprise
1380 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d’emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l’aise avec internet. Avoir un site internet wordpress.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d’exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



S.1 – Posture du dirigeant/manager : la transformation digitale

La transformation digitale de l'entreprise, c'est d'abord l'intégration d'outils et de technologies numériques dans l'environnement de travail. Mais c'est aussi l'adoption de nouveaux comportements pour répondre efficacement aux évolutions des usages en Ressources Humaines, Marketing ou Relation Client. Cette formation vous permettra d'acquérir les connaissances indispensables de compréhension du digital en entreprise.

Objectifs

- Partager des notions et un vocabulaire commun autour du digital
- Identifier les nouveaux usages et les évolutions technologiques
- Comprendre le contexte, les enjeux et le processus de digitalisation de l'entreprise
- Déterminer les impacts et les bénéfices de la digitalisation

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **L'évolution du Web, du mobile et du digital** : historique et dates clés. La révolution numérique en chiffres clés. Web 2.0 (réseaux et blogs) au Web 3.0 : le Web sémantique. L'avènement du mobile. Les concepts de Mobile First, Responsive Design. Les GAFA.
- **Evolutions techniques** : Technologies sans contact : QR Codes, RFID et NFC. Impression 3D : vers une troisième révolution industrielle. Panorama, tendances, usages professionnels : réalité augmentée, intelligence artificielle, cloud computing, big data, internet of Everything (IoE), objets connectés, maison connectée., e-sport et e-santé, smart cities.
- **Evolutions sociologiques** : Rapport générationnel vis-à-vis du digital. Les nouveaux usages (Solomo, Attawad...), social media, comportements générations X, Y et Z.
- **Digital, marketing, relation client** : Les apports digital dans les processus d'achat. ROPO (Research Online Purchase Offline), SIBO (Search Instore Buy Online). Digital Shoppers et Uber Digitaux. Economie participative et Crowdfunding. Marketing d'intention. E-recrutement (SEO, SEA, réseaux sociaux). d'intention. E-Réputation et avis clients – Les modèles omnicanal et le dispositif omnicanal. Vision client 360° et CRM. Législation (RGPD)



2 formules  14h

- **#atelierpartagé** > 14h (4 x 3,5h) plusieurs entreprises | 780 € par pers.3 personnes minimum.
- **#you&me** > 14 h – centré sur votre entreprise 1380 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Toute personne ayant à intervenir sur internet pour son compte ou celui de son entreprise.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



S.2 – Construire sa stratégie digitale – 14h

Web, mobile, catalogue, magasin... aujourd'hui, le parcours client n'est plus linéaire et les usages de consommation utilisent de multiples canaux. Du monocanal à l'omnicanal, mettez en place une stratégie efficace, exploitant la synergie de tous les leviers, online et off-line.

Objectifs

- Comprendre le nouveau consommateur et son parcours d'achat
- Saisir les enjeux et les bénéfices du digital
- Tirer parti des différents canaux, identifier les éléments clés et construire sa stratégie
- Mesurer les résultats de ses actions

Contenu pédagogique : méthode interactive – théorie et cas pratiques

- **Cerner les enjeux du digital dans sa stratégie** : L'état des lieux et les chiffres clés en France et à l'International. Le consommateur 3.0 : ATAWAD, SOLOMO, ROPO... Le consommateur, le e-shopper, l'acheteur BtoB. Du FMOT au ZMOT et cross canal. L'Inbound marketing. Les dernières tendances : commerce connecté, Web to Store... *Brainstorming sur les possibilités du digital au sein de son entreprise.*
- **Evaluer le degré de maturité digitale de son entreprise.**
- **Bâtir sa stratégie digitale** : Positionnement de l'entreprise : SWOT, PESTEL... Benchmark, comment le réaliser ? Définition d'objectifs SMART. Les techniques de référencement, clés de la visibilité digitale de l'entreprise. Paid, Owned et Earn Media (POEM), les principes d'acquisition.
- **Tirer parti des différents canaux** : les canaux physiques > les magasins, le catalogue, le drive, les call centers... les canaux virtuels > le dispositif digital, réseaux sociaux, chats, QR codes, avis vérifiés, la digitalisation du point de vente, les objets connectés. *Cartographier le parcours d'achat et améliorer sa communication à chaque étape.*
- **Définition d'un plan marketing digital** : Actions et supports – Budgets – Mesure de performance – ROI et ROA.



2 formules  14 h

- **#atelierpartagé** > 14h (2 x 7h) plusieurs entreprises 780 € par pers. 3 personnes minimum.
- **#you&me** > 14h – centré sur votre entreprise 1380 € HT pour 1 pers à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Toute personne ayant à intervenir sur internet pour son compte ou celui de son entreprise.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



S.3 – Définir son plan de communication annuel – 17,5 H

Donnez du sens et de la cohérence à vos actions de communication ! Découvrez une méthodologie rigoureuse pour maîtriser le cycle de la communication et faire vivre votre communication tout au long de l'année sur tous les canaux.

Objectifs

- Réaliser le diagnostic de communication
- Définir ses objectifs et les publics cibles des actions de communication
- Développer le mix-communication : quel message, quel canal, quel moment
- Construire le plan de communication
- Planifier et mesurer les actions de communication

Contenu pédagogique : méthode interactive – théorie et cas pratiques

- **Cerner les enjeux de la communication** : les missions de la communication, les différents types de plans. Les étapes successives de la construction d'un plan de communication. Les fondamentaux de la communication : ses évolutions, les acteurs.
- **Etablir un diagnostic de communication** : Analyse de l'existant : outils, moyens, freins, blocages. Forces et faiblesses de l'entreprise. Concurrence et contexte. Image perçue et de la notoriété. *Analyse SWOT, autodiagnostic de l'existant*
- **Déterminer les publics et formuler des objectifs mesurables** : Etude et segmentation des publics internes et externes. Détermination des cibles prioritaires. Définir les objectifs en fonction des publics ciblés. Positionnement de l'image et des messages clés. *Définir des objectifs de communication et les messages associés.*
- **Choisir le bon mix-communication** : Les différents médias. Choisir et optimiser les types d'actions possibles. Organiser le plan éditorial : site internet et réseaux sociaux.
- **Construire le plan de communication** : Définir le déroulement opérationnel. Planifier et budgéter les actions. Etablir le calendrier, définir les responsabilités, évaluer les ressources. Suivre et mesurer les actions. *Réaliser le calendrier, tableau des indicateurs, check liste suivi.*



2 formules  17,5 h

- **#atelierpartagé** > 5 x 3,5 h plusieurs entreprises
975 € par pers. 3 personnes minimum.
- **#you&me** > 17,5 h – centré sur votre entreprise
1 725 € pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi, créateur d'entreprise.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur.
Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



S4- Inbound Marketing : faire venir les clients à soi

Plutôt que d'imposer un message au consommateur par le biais d'une campagne marketing traditionnelle outbound marketing, il est souvent plus efficace de se rendre visible grâce à des contenus qualitatifs pour que le consommateur vienne de lui-même à la marque. Telle est la mission de l'Inbound marketing, une stratégie de webmarketing qualitative, qui capitalise sur le contenu.

Objectifs

- Comprendre les enjeux, les finalités et les limites de l'inbound marketing.
- Construire une stratégie et choisir les bons leviers pour attirer et convertir
- Déployer sa stratégie.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre les enjeux de l'Inbound Marketing** : Outbound marketing et inbound marketing : chiffres clés et tendances. Comprendre le concept d'inbound marketing : origines, applications, avantages et limites. L'importance croissante du contenu de marque. Les clés d'une stratégie gagnante : permission marketing et marketing d'influence.
- **Élaborer une stratégie d'Inbound Marketing** : Déterminer ses objectifs, sa stratégie et ses moyens. Choisir les leviers les plus adaptés. S'appropriier les étapes clés d'une démarche inbound marketing réussie. Faire venir les visiteurs à soi. Identifier le contenu à développer en fonction de son positionnement et de ses objectifs. Animer un blog. Diffuser des vidéos. Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest... : générer de la proximité et des interactions. S'appuyer sur des ambassadeurs de marque. Optimiser les mots-clés pour les moteurs de recherche : SEO, SEA, SMO. Utiliser les autres leviers pertinents : newsletter, livre blanc, évènement thématique...
- **Transformer les visiteurs en prospects et les prospects en clients** : Susciter l'engagement avec des « call-to-action ». Cibler ses prospects : retargeting et reciblage comportemental. Multiplier les petites actions et interagir, convertir les leads en contacts qualifiés : lead nurturing et marketing automation.
- **Mesurer ses résultats.**



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. 3 personnes minimum
- **#you&me** > 7 h – centré sur votre entreprise | 690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet, posséder les bases du marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



S.7– Maîtriser les aspects juridiques d'internet et du droit à l'image

Site vitrine, e-commerce ou réseaux sociaux, tout ce que publie l'entreprise est soumis à la législation. Cette formation vous permet d'appréhender les fondements essentiels du droit d'Internet et d'évaluer les opportunités et contraintes juridiques liées à la présence de votre entreprise sur internet.

Objectifs

- Appréhender les fondements essentiels du droit d'Internet et de l'image
- Evaluer les opportunités et contraintes juridiques liées au e-commerce
- Identifier les atteintes aux données personnelles

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Connaître l'environnement juridique d'Internet** : Le droit applicable à Internet : le mythe du "vide juridique". Les principaux acteurs : ICANN, AFNIC, CNIL, HADOPI... Le cadre juridique de la protection spécifique à Internet : la LCEN, la loi DADVSI... Cadre juridique du droit à l'image. Cadre de la vente à distance (B2C). Le règlement européen RGPD. *Echanges relatifs à des cas connues en matière de cadre juridique global d'Internet.*
- **Maîtriser les aspects juridiques liés à la création d'un site Web** : Le dépôt du nom de domaine. La protection du nom du site. Les traitements automatisés des données nominatives. Le droit d'auteur, la propriété intellectuelle, le droit à l'image sur Internet. *Etude de cas pratique relative à la création d'un site Internet.*
- **Identifier les atteintes à la vie privée**: Les atteintes à la vie privée des clients ou des salariés. L'usurpation d'identité. La diffamation, les injures et le dénigrement. *Exemples d'atteintes à la vie privée liées à Internet et aux réseaux sociaux ; jurisprudences.*
- **Mettre en œuvre les moyens de protection des données personnelles** : La protection de l'e-réputation. La modération des contenus et le filtrage des commentaires. Le respect des règles de collecte des données personnelles : conservation, archivage, confidentialité. Le droit d'accès et de rectification. Le Data Protection Officer (DPO) : rôle, obligations et responsabilité. Le dialogue avec la CNIL.. Réflexion sur les bonnes pratiques à adopter.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7 h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. 3 personnes minimum
- **#you&me** > 7h – centré sur votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



Outils

Utiliser les bons outils pour maîtriser son environnement de travail.



0.1 – Google Forms : Concevoir une enquête en ligne

Etude de marché à la création d'une entreprise, enquête de satisfaction clients, avis des salariés, sondage, quizz,... réaliser une enquête en ligne permet de recueillir des données, de façon à la fois rapide et économique. Découverte des outils en ligne gratuits.

Objectifs

- Maîtriser toutes les étapes de la réalisation d'une enquête en ligne : du projet à son exploitation.
- Panorama des outils en ligne gratuits : Survey Monkey, Dragnsurvey, Google Forms
- A la fin de la formation, le stagiaire saura rédiger un questionnaire, construire une enquête en ligne et exploiter ses résultats.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rédiger son brief d'enquête en ligne** : objectifs, cibles, information à obtenir, délais...
- **Acquérir la méthodologie d'enquête** : Intérêt et les limites des études quanti, quali et du sondage express / Les différents types de questions / Principe de l'entonnoir
- **Construire son questionnaire**
- **Mettre son enquête en ligne** : Les différentes solutions du marché / Découverte d'une solution au choix / Saisie des questions / Test
- **Traiter et analyser les résultats de son enquête en ligne**: Extraction / Analyse / Synthèse / Diagnostic et recommandations.
- **Travaux pratique** : créer une enquête en totale autonomie.



2 formules  10,5h

- **#atelierpartagé** > 10,5h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 585 € par pers. 3 personnes minimum
- **#you&me** > 10,5h – centré sur votre entreprise 1035 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing,; personne en charge des enquêtes qualité, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.3A – Word 1 : démarrer avec le traitement de texte

Ce stage vous permettra de maîtriser les fonctions de base du traitement de texte. Après le contrôle de l'interface Word, vous apprendrez à créer, présenter et imprimer des documents simples de type lettres et petits rapports.

Objectifs

- Naviguer dans l'interface et les menus de Word
- Créer et enregistrer un document, saisir du texte, le corriger, le remplacer
- Améliorer la présentation du document en jouant sur les formes, les couleurs
- Utiliser les listes pour présenter des énumérations
- Modifier l'emplacement du texte, la position des paragraphes, des marges et visualiser le rendu final à l'impression

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Présentation de Word** : Appréhender l'interface, le ruban, le menu. Exploiter les onglets, les groupes de commandes, les boîtes de dialogue. Personnaliser la barre d'outils. Manipuler la règle et les marques de la règle. Utiliser les différents modes d'affichage et la barre de zoom.
- **Créer un nouveau document**. Se déplacer dans un document. Saisir et corriger le texte. Sélectionner du texte, les différents modes de sélection. Enregistrer un document. Découverte et prise en main de Word avec création d'un document.
- **Manipulations, recherche et correction**. Copier, déplacer et supprimer. Maîtriser les options de collage et d'aperçu avant collage. Paramétrer les options de correction automatique. Rechercher et remplacer des éléments. Travaux pratiques
- **Mise en forme et présentation** : Mettre en forme des caractères. Aligner des paragraphes. Poser des tabulations. Modifier les marges, l'interligne et les espacements. Encadrer une sélection. Appliquer une trame de fond. Utiliser une liste numérotée, une liste à puces. Insérer des caractères spéciaux. Créer un tableau. Créer un sommaire. Travaux pratiques
- **Mise en page et impression** : Mettre en page un document, orientation et marges. Numéroté des pages. Apercevoir un document avant de l'imprimer.



2 formules 🕒 7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. 3 personnes minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Posséder Word installé sur son poste de travail. Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.3B – Word 2 : approfondir le traitement de texte

Cette formation vous apprendra à maîtriser les fonctions avancées de Word pour créer des documents évolués. Elle vous initiera aux fonctions de gestion des longs documents et à l'intégration de données externes du Pack Office.

Objectifs

- Utiliser les modèles, styles et tableaux dans Word pour enrichir le contenu et la présentation
- Enrichir et structurer des documents longs (notes, renvois, numérotation des titres, table des matières)
- Utiliser le publipostage pour créer une lettre type ou des étiquettes

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Mise en page avancée, modèles, styles** : Créer et personnaliser les styles. Gérer les formats de paragraphes, tabulations, bordures. Numéroter des pages. Enregistrer le document en tant que modèle. *Travaux pratiques.*
- **Tableaux et objets externes** : Intégrer un tableau et appliquer un style. Insérer lignes/colonnes, fractionner et fusionner. Aligner : largeur des colonnes, hauteur des lignes. Intégrer un SmartArt, des filigranes, une image. *Manipuler un tableau et son contenu. Insérer une image et personnaliser les options d'habillage.*
- **Concevoir des documents longs et structurés** : Structurer un document avec des sauts de section complexes. Insérer des en-têtes et pieds de page, des notes de bas de page. Utiliser des légendes, des signets et renvois. Insérer une table des matières *Travaux pratiques.*
- **Conception de formulaires** : Définir le texte générique et les zones à remplir. Insérer une liste déroulante, des cases à cocher. Protéger un formulaire.
- **Publipostage et étiquettes** : Créer des champs de fusion pour des lettres, enveloppes ou étiquettes. Insérer des mots-clés. Paramétrer la fusion. Fusionner vers l'imprimante.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Avoir suivi le module 1. 05A. Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.4A – Powerpoint 1 : Démarrer et créer sa présentation

Animez vos réunions avec des supports visuels et rendez vos présentations interactives et convaincantes, grâce à des diaporamas PowerPoint. Logiciel référent de la suite office, Powerpoint reste d'une utilisation reste accessible. Réalisez votre première présentation.

Objectifs

- Découvrir et prendre en main l'interface Powerpoint
- Savoir organiser ses idées et faire un plan de présentation
- Elaborer et créer une présentation simple

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Découvrir l'interface Powerpoint** : Les onglets, les fonctions principales
- **Les bonnes pratiques** : Règles à respecter et pièges à éviter pour une présentation efficace
- **Préparer sa présentation** : Faire un plan de sa présentation, élaborer un scénario, organiser les diapositives sur le papier, définir la mise en forme globale de la présentation, créer un masque de diapositives.
- **Gérer le texte** : Mettre en forme le texte et sa charte dans le masque de diapositive, utiliser le correcteur orthographique, insérer des puces, attribuer des couleurs, insérer un pied de page, utiliser les commentaires
- **Les outils images et dessins** : rechercher des images, vérifier la cohérence entre les images et les idées, déplacer et modifier des objets, copier, dupliquer, pivoter, associer, réaliser des figures géométriques.
- **Créer un tableau**: Les modèles de tableau SmartArt
- **Enregistrer / imprimer / projeter la présentation**



2 formules  7 h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 690 € HT pour 1 pers | 890 € HT pour 2 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Tout profil.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Posséder Powerpoint installé sur son poste de travail. Etre à l'aise avec internet et l'ordinateur.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.4B- Powerpoint 2 : Se perfectionner et fonctions avancées

Logiciel référent de la suite office, Powerpoint possède de nombreuses possibilités d'animations et d'effets, découvrez-en toutes les subtilités, pour des présentations encore plus interactives !

Objectifs

- Animer une présentation
- Connaître les fonctionnalités avancées de Powerpoint
- Utiliser Powerpoint en multimédia

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Animer la présentation** : Gérer la transition entre les diapositives : entrée, sortie, accentuation, modifier la façon d'apparaître des textes, des images, des graphiques, insérer une action au survol de la souris, automatiser et minuter le déroulement du diaporama.
- **Gestion du diaporama en mode plan** : organiser le contenu dans un plan, changer l'ordre des paragraphes dans le plan, abaisser ou relever un point du plan, créer une diapositive de sommaire à partir du plan.
- **Créer des graphiques**
- **Insérer un tableau excel**
- **Gérer l'animation multimédia** : insérer un titre de CD audio dans un diaporama, insérer une musique ou un son dans un diaporama, insérer une vidéo.
- **Créer des présentations interactives** : Créer des liens hypertextes, créer des liens vers d'autres présentations, fichiers ou pages Web, créer des liens hypertextes vers une adresse de messagerie.
- **Créer une vidéo à partir de PowerPoint**
- **Protéger sa présentation**



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. 3 personnes minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Avoir suivi le module 1 – 07A. Posséder ppt installé sur son poste. Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.5 – Excel : Démarrer avec le tableur

Logiciel référent de la suite office, Excel est un tableur.

Il permet de construire et de visualiser des tableaux contenant des données et surtout des formules de calcul.

Objectifs

- Découvrir et appréhender les fondamentaux du tableur Excel
- Savoir construire un tableau simple
- Utiliser les plages de données et de formules.
- Assurer la mise en forme d'un contenu et l'imprimer

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Démarrer avec Excel** : Découvrir l'interface et les feuilles de calcul, utiliser le ruban, les onglets, personnaliser la barre d'outils, sélectionner une cellule, saisir du texte et le modifier.
- **Les plages et les formules** : Sélectionner des plages, saisir des données dans une plage, la fonction recopie incrémentée, les fonctions (calcul automatique, saisie semi-automatique, insérer et modifier des fonctions), les bordures de plage pour modifier des formules.
- **Transposer des données et aperçu de la feuille active** : Couper/copier/coller, des formules, le bouton options de collage, la liste coller, la référence de cellule absolue, recopier des cellules, la méthode glisser-déplacer, fonctions annuler et rétablir, aperçu d'une feuille de calcul, imprimer (la feuille active, une plage sélectionnée, des pages spécifiées).
- **Mise en page et mise en forme du contenu** : options de marges et d'alignement, orientation de la page, répéter des étiquettes de lignes et de colonnes, définir ou supprimer la zone d'impression, entêtes et des pieds de page, mise en forme des nombres (monétaire, pourcentage), apparence de texte, sélectionner des colonnes et des lignes, le bouton reproduire la mise en forme, la mise en forme automatique, mise en forme de tableau, étendre des formules et des formats de liste, créer, modifier, des styles.



2 formules



14h

- **#atelierpartagé** > 14h (4 x 3,5h) plusieurs entreprises | 780 € par pers. 3 personnes minimum.
- **#you&me** > 14 h – centré sur vous et votre entreprise 1380 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne tout profil. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



Webmarketing

Comprendre les usages sur internet
et développer sa présence digitale.

W.2 – Booster sa visibilité et générer du trafic sur son site internet

Le web est désormais un secteur très concurrentiels. Générer un trafic qualifié sur son site internet est une affaire de spécialiste et nécessite d'utiliser les bons leviers aux bons moments.

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Acquérir les techniques pour améliorer visibilité et référencement sur le Web.
- Savoir rédiger des contenus « Google friendly »

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre les différentes sources de trafic et les leviers de référencement** : Le fonctionnement des moteurs de recherche. Les sources de trafic. SEO (naturel) versus SEA (payant). Les facteurs de blocage de référencement.
- **Qu'est-ce qu'un site Google Friendly ?** Les différents paramètres d'un site optimisé pour le référencement. *Exercice pratique : J'audite mon site internet.*
- **Développer sa visibilité grâce aux contenus.** Le contenu, 1er critère du référencement. Comment choisir ses mots clés et les placer aux endroits stratégiques. Comment rédiger SEO friendly. Comment faire la promotion de ses nouveaux contenus. *Exercice pratique : cibler ses mots clés – écrire un article*
- **Autres sources de trafic** : Le net-linking ou comment obtenir des liens de qualité. Quels site référents pertinents choisir. Savoir exploiter les recherches locales (Google places et Google maps). Intégrer les réseaux sociaux pour générer du trafic (le SMO).



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Savoir rédiger en langue française
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.3A – Wordpress 1 : Gérer un site vitrine

Comment faire vivre votre site en répondant à la stratégie de votre entreprise et attirant les visiteurs ? Choix des sujets, écriture, intégration du contenu, optimisation des images, référencement... autant de paramètres à prendre en compte et que vous découvrirez dans cette formation.

Apprentissage des fonctionnalités du backoffice Wordpress. Une formation pour être autonome et faire de son site, un véritable outil de communication, attractif et efficace.

Objectifs

- Connaître et maîtriser l'interface Wordpress
- Rédiger une actualité, un contenu de page sous Wordpress
- Mettre à jour son site : photos, contenu dans les pages.
- Optimiser le référencement de son site internet

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Présentation du back office** : Environnement Wordpress
- **Fonctionnalités principales de Wordpress** : Modifier une page / Créer une actualité / Mettre un lien / Optimiser sa photo / Bases de html / Modification rapide / Trucs et astuces
- **Préparer son image pour le site** : Formats d'images / Redimensionner et recadrer avec IloveIMG / Mettre à jour la galerie ou le portfolio / intégrer les images / intégrer les pdf
- **Travailler le référencement** avec Yoast SEO
- **Construire un calendrier éditorial**, animer son site internet
- **Optimiser son site avec les réseaux sociaux** : Interactions site internet et réseaux sociaux
- **Mesurer la performance de son site** : Google Analytics : fonctions principales – Interprétations des statistiques.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2x3,5) plusieurs entreprises 390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690€ HT pour 1 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet wordpress > QCM d'évaluation entrée pour adapter la formation
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.3B – Wordpress 2: Gérer une e-boutique Wordpress

Wordpress est le CMS de création de site internet le plus utilisé au monde aujourd'hui. Facile d'utilisation, Woo-Commerce vous permet d'être autonome dans la mise à jour de votre e-boutique et de gérer clients et produits.

Objectifs

- Connaître et maîtriser l'interface Wordpress
- Rédiger une actualité, un contenu de page sous Wordpress
- Mettre à jour son site : photos, contenu dans les pages.
- Optimiser le référencement de son site internet
- A la fin de la formation, le stagiaire saura animer et effectuer les mises à jour de son site Wordpress vitrine.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Présentation du back office Woo-commerce** : Commandes, clients, produits, stock
- **Fonctionnalités principales de Wordpress** : Export / Import / Créer une fiche produit / Ecrire le texte produit / Code Promo
- **Relation client digitale** : Règlement RGPD | Obligations légales du vendeur | Bonnes pratiques e-commerce | Comprendre le tunnel de commande |
- **Animer ses ventes avec la publicité digitale** : promotion des ventes | remarketing | Emailing | Retargeting | Partenariats | Adwords | Mailing adressé
- **Optimiser ses ventes avec les réseaux sociaux** : Interactions boutique et réseaux
- **Mesurer la performance de sa e-boutique** : Indicateurs à surveiller



2 formules  10,5 h

- **#atelierpartagé** > 10,5h (3x3,5) plusieurs entreprises 585 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 1 035 € HT pour 1 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet wordpress > QCM d'évaluation entrée pour adapter la formation
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.4A- E-commerce 1 : construire sa stratégie e-commerce

En 2016, les Français ont dépensé 72 milliards d'€ sur internet. La vague du e-commerce touche tous les secteurs d'activité, sans pour autant être l'Eldorado que beaucoup ont rêvé. Animer son propre site ou vendre sur Amazon, tout e-commerçant est confronté aujourd'hui à la problématique de la transformation et la prise en compte des enjeux digitaux dans sa stratégie et son plan d'actions.

Objectifs

- Définir sa stratégie e-commerce et positionner l'offre de son site.
- Connaître les usages du e-shopper
- Comprendre le référencement et savoir modéliser sa fiche produit

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Définir son projet** : identité ? produits ? Cible (prioritaires, secondaires, freins et motivation) ? Positionnement prix ? Concurrence ? Proposition de valeur en ligne ? Business plan et objectifs?
Exercice pratique
- **Connaître la vente à distance** : avantages et inconvénients, profil des e-shopper, créer votre fichier client, la relation client à distance, le dispositif de communication, le cadre législatif du e-commerce.
- **Créer son site e-commerce** : vendre sur un site VS vendre sur des markets place, panorama des différentes solutions techniques (avantages et inconvénients), un site user centric, les bonnes pratiques de réassurance, arborescence du site, cahier des charges, budgétisation. *Exercice pratique*
- **Bien référencer son site à la création** : pourquoi le référencement ? (marketing d'intention), l'audit sémantique, le ciblage des mots clés, les règles à appliquer à la création du site. La fiche produit : modélisation de contenu, cross-selling et up selling, référencement. *Exercice pratique*
- **Optimiser le parcours client** : le parcours d'achat en 6 étapes, le tunnel de commande. Le processus de commande, les moyens de paiement et leur sécurisation. La logistique, la livraison, la relation clients et le SAV.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2x3,5) plusieurs entreprises
390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise
690€ HT pour 1 à 4 personnes
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet wordpress > QCM d'évaluation entrée pour adapter la formation
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.5 – Google Analytics : Suivre la performance d'un site

Posséder un site internet c'est bien... suivre ses performances régulièrement et l'optimiser c'est mieux ! Application gratuite de la suite Google, Google Analytics permet de contrôler très précisément les indicateurs clés de votre site internet, qu'il soit vitrine ou marchands, et de mettre en place les actions pour booster votre trafic. Un outil indispensable de la boîte à outil webmarketing !

Objectifs

- Maîtriser les fonctions de base de Google Analytics
- Suivre et analyser le trafic de votre site web
- Mettre en place des tableaux de bords décisionnels
- Optimiser son ROI en améliorant les performances du site

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre l'Analytics** : métriques de volume, métriques d'intérêt; vocabulaire du trafic manager
- **Google Analytics** : créer et paramétrer son compte, fonctionnement de base
- **Analyser les statistiques de trafic** : volumes de trafic, sources de trafic, trafic mobile, trafic des réseaux sociaux, analyse comparative par période.
- **Analyser le contenu** : taux de rebond, temps passé par page, schéma de navigation (entrées et sorties), analyse du contenu page par page
- **Comprendre le concept de taux de conversion** : schéma de vie du client > du lead au client, définition du taux de conversion en environnement e-commerce, en environnement BotB et BtoC
- **Définir ses objectifs analytics**
- **Paramétrer Google Analytics** : paramétrer un rapport automatique / associer Google Analytics et Google Adwords.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2x3,5) plusieurs entreprises 390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690€ HT pour 1 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet wordpress > QCM d'évaluation entrée pour adapter la formation
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.6 – SEA Google Adwords : démarrer les achats de mots clés

S'il est facile d'investir la totalité de son budget marketing dans ses campagnes Google Adwords sans résultats probants, il est plus difficile de rentabiliser efficacement son investissement. En suivant notre formation d'une journée sur Google Adwords dédiée aux débutants, vous aurez en main tous les éléments pour créer, analyser et optimiser la performance de vos campagnes SEA.

Objectifs

- Vous familiariser avec les annonces Google Adwords
- Etre en mesure de gérer vous-même vos campagnes Adwords et d'en mesurer les résultats
- Connaître les outils et leviers qui peuvent aider à optimiser vos campagnes
- Inscrire vos campagnes Adwords dans votre stratégie globale de trafic

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Introduction à Adwords** : enjeux SEO et SEA, les dernières évolutions Adwords
- **La structure du compte Adwords** : CPC, CTR, Clics, Conversion, CPA
- **Les fondamentaux Adwords** : bien choisir ses mots clés avant de lancer ses campagnes
- **Comprendre le système d'enchères** : répartition des enchères
- **Appréhender le Quality Score** : comment se calcule le QS, comment l'optimiser
- **Rédiger son annonce** : bonnes pratiques de rédaction, annonces textuelles, annonces mobiles, extension d'annonce, les pages d'atterrissage (landing page)
- **Cibler son annonce** : les différents modes de ciblage, zones, calendrier de diffusion
- **Créer une campagne** : exercice pratique – création d'une campagne type
- **Mesurer l'efficacité des campagnes** : paramétrer un rapport automatique / associer Google Analytics et Google Adwords. Suivi des indicateurs.



2 formules  14 h

- **#atelierpartagé** > 14 h (2x3,5) plusieurs entreprises 780 € par pers.
- **#you&me** > 14 h – centré sur vous et votre entreprise 1 380 € HT pour 1 à 3 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet wordpress > QCM d'évaluation entrée pour adapter la formation
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.7 – SEO : Optimiser le référencement naturel du site

Le nombre de sites internet augmente, la compétition pour les premières places dans les moteurs de recherche est de plus en plus rude. Google pénalise les tricheurs et les sites mal conçus. Connaître les techniques de référencement, produire un contenu « Google friendly », mettre en place un « maillage » efficace devient indispensable pour qu'une entreprise existe sur le web.

Objectifs

- Comprendre la notion de SEO et ses implications dans le succès d'un site internet
- Connaître les bonnes pratiques d'écriture web et d'optimisation par les balises.
- Savoir rédiger pour le web
- Analyser l'efficacité de son SEO

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre les enjeux du référencement naturel** : Fonctionnement des moteurs de recherche / SEO VS SEA / La « Google Dépendance » / La recherche mobile / Les évolutions de l'algorithme Google « la ménagerie Google » / Savoir se fixer les bons objectifs /
- **Les composantes du référencement naturel** : Connaître les principales composantes du référencement naturels/ Organiser son site afin qu'il soit « crawlable », indexable et « SEO friendly » / Optimiser la structure des pages / Optimiser le linking interne, son site pour le mobile et le temps de chargement des pages.
- **L'audit de référencement** – Découverte d'outils de référencement. *Exercice pratique : réalisation de l'audit de référencement de son site internet*
- **Bien choisir ses mots clés** : évaluer l'intérêt des mots clés (volume de requêtes) et la concurrence sur ces mots clés (pages web déjà référencées sur ces expressions). Découverte d'un outil sémantique.
- **Ecriture web** : Rédiger correctement pour google / Renseigner les balises SEO / Utiliser Yoast SEO (Wordpress). *Rédaction d'un article de blog avec objectif de référencement*
- **Les outils gratuits et payants du référencieur**



2 formules



14 h

- **#atelierpartagé** > 14h (4x 3,5h) plusieurs entreprises | 780 € par pers.
- **#you&me** > 14h – centré sur vous | 1 380 € HT pour 1 à 4 personnes | Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet wordpress
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



W.8 – Newsletter et SMS : vendre avec le digital

Bien que décrié, l'emailing reste le moyen de contact commercial le plus efficace, utilisé à bon escient et avec les bonnes pratiques. L'emailing reste un moyen réactif, traçable et peu coûteux, pour développer la communication de la PME.

Objectifs

- Connaître les bonnes pratiques de rédaction d'un emailing
- Créer un emailing professionnel html à partir d'un template
- Savoir utiliser Mailchimp ou Sendinblue pour créer et envoyer son emailing
- Analyser les retombées de son emailing

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Contexte législatif** : Audit du contexte de l'entreprise et de sa base de données contact- Moyens de collecte on et off-line - Déclaration CNIL – Opt-in et Opt-out
- **Construire et optimiser sa base de données**
- **Rédiger son emailing** : Copy stratégie - Objet – sender – contenu – liens – ergonomie – Equilibre texte / photos
- **Emailing de conquête vs emailing de fidélisation** : trigger marketing – Etudier le cycle de vie du client et construire ses scénarios.
- **Concevoir et envoyer son emailing** : Présentation de 2 outils : mailchimp et sendinblue. Adresse du sender – fonctionnalités de mailchimp – Préparation des images – intégration de la base de données - tests –
- **Erreurs à éviter et analyser ses résultats** : les "metrics" incontournables / Mesurer son ROI
- **Les fonctionnalités sociales de l'emailing**



2 formules 🕒 14 h

- **#atelierpartagé** > 14h (4x3,5) plusieurs entreprises 780 € par pers.
 - **#you&me** > 14h – centré sur vous et votre entreprise 1 380€ HT pour 1 à 4 pers
- Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet, le traitement des images et les fichiers de base de données
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



Marketing éditorial

Ecrire pour être lu et être vu



M.1- Concevoir une stratégie éditoriale sur le web

Faire venir des visiteurs sur son site internet, soigner sa e-réputation, optimiser son référencement... autant d'éléments qui dépendent d'une bonne stratégie éditoriale. Quelles sont les étapes principales pour concevoir une charte éditoriale ? Vous apprendrez à définir vos propres processus éditoriaux, à appliquer les règles d'écriture adaptées aux sites internet, et tiendrez compte des contraintes visuelles et des impératifs liés à la mobilité.

Objectifs

- Concevoir et rédiger une charte éditoriale pour un site internet
- Connaître les règles d'écriture adaptées au web
- Définir des processus éditoriaux

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Panorama des différents sites orientés contenus** : Importance du contenu à l'ère du web sémantique. Optimiser le contenu afin de mieux toucher ses cibles. Décryptage de ce qui fonctionne et ne fonctionne pas. Pertinence du discours. Attentes des publics. *Analyse des forces et faiblesses de sites représentatifs.*
- **Rédiger sa charte éditoriale** Le lien avec la stratégie de l'entreprise. Les fondations : objectifs, cibles et moyens. Concevoir une charte éditoriale. Plan type : qui parle ? À qui ? De quoi ? Comment ? *Définir un ton et un traitement au sein de sa charte.*
- **Typologie des contenus et des formats** : Comprendre le rôle des différents niveaux de contenus et des différents lieux de contenu (site internet, blog, réseaux sociaux) Présentation des différents genres éditoriaux : brève, article, interview, dossier, revue de presse, post... Présentation des différents formats : titre, sous-titre, intertitre, chapeau, légende... Spécificité de la lecture à l'écran. *Identifier les différents formats.*
- **Les processus éditoriaux** Définir ses processus éditoriaux. Les différents rôles. Le champ lexical. Le tableau éditorial. Règles d'écriture sur le web (pyramide inversée, 5W + 2H. Les 4C (Crédibilité, Clarté, Concision, Cohérence). *Rédiger son tableau éditorial.*



2 formules  10,5h

- **#atelierpartagé** > 10,5h (3 x 3,5h) plusieurs entreprises 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > 10,5h – centré sur vous et votre entreprise 1035 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec la langue française et le marketing.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



M.2 – Créer et animer un blog professionnel

C'est un fait incontesté, le blog professionnel apporte de la crédibilité et du trafic au site de l'entreprise. Décodez les usages de la blogosphère pour mieux définir votre stratégie blog. Intégrez toutes les composantes de la création et de l'animation d'un blog d'entreprise ou de marque : aspects juridiques, ligne éditoriale...

Objectifs

- Appréhender l'environnement des blogs professionnels et blogs d'entreprise
- Définir une stratégie éditoriale pour son blog
- Gérer le contenu et la structuration de son blog
- Rédiger des billets et les mettre en ligne
- Promouvoir son blog professionnel et optimiser son référencement

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre les blogs** : Panorama de l'univers blog. Les spécificités du support et l'étendue des possibilités. Les outils associés : modes et solutions de publication. Codes et usages de la blogosphère. La notion de communauté : le community management. *Analyse de différents blogs professionnels.*
- **Créer un blog professionnel** : Définir la stratégie éditoriale. Savoir-faire et bonnes pratiques : positionnement, ligne éditoriale, structure du contenu... Principes de rédaction de billets. Organiser le contenu pour le lancement. La logique participative : multi-auteurs, contributions externes... Le cadre juridique : règles internes, autorégulation, contraintes légales. *Définition de la ligne éditoriale et des catégories, rédaction d'un billet.*
- **Animer un blog d'entreprise** : Générer du trafic : quelles actions mettre en place ? Comment le mesurer ? Optimiser le référencement naturel : connaître le fonctionnement des moteurs de recherche et optimiser ses posts. Organiser la veille : savoir ce qui se dit sur votre blog, veille concurrentielle... *Identification et intégration de tags et mots-clés*



3 formules  14 h

- **#atelierpartagé** > 14h (4 x 3,5h) plusieurs entreprises
780 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > 14 h – centré sur vous
1 380 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et le marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur.
Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



M.3 – Ecriture web : écrire pour être lu et pour être vu

Rédiger pour le web, c'est répondre à un double objectif : écrire pour être lu par l'internaute, et pour être vu par les moteurs de recherche. Avec cette formation, il s'agit d'acquérir les techniques de l'écriture journalistique, de les adapter pour l'entreprise et ses supports (blog, les newsletters). Aller à l'essentiel, avec des textes synthétiques et percutants.... SEO friendly.

Objectifs

- Connaître les règles de base de l'écriture journalistique
- Ecrire en s'adaptant aux différents supports et en respectant un objectif de référencement
- Rédiger la titraille
- Varier les traitements éditoriaux

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Les règles de bases** : Pour qui écrivons-nous ? Quelles sont les attentes des lecteurs ? Comment lisons-nous ? Les différents niveaux de lecture. La lecture à l'écran. Varier les angles et s'adapter à son lectorat. *Décryptage d'article, travail sur l'angle*
- **Adapter l'écriture à ses supports** : Définir son message essentiel (5 "W" et 2 "H"). Aller à l'essentiel : la brève, le post. Les différents types de plans d'un article. Visualiser et préparer le synopsis. Ecrire efficace : raccourcir les phrases, sortir les chiffres, donner des clés de compréhension, préciser le contexte. Ecrire pour le media sociaux. *Condenser un article en une brève d'actualité. Exercice d'écriture d'un article institutionnel.*
- **Les éléments d'un article de blog** : titre, chapô, légende, intertitre, accroche, chute, légende. Soigner le début et la fin de son texte. Le rôle des illustrations et le rich media. Les différents traitements éditoriaux (article, interview, reportage, dossier, enquête). Les erreurs à ne pas faire. Rappel de la législation *Rédaction d'une accroche, une chute pour une brève, un interview.*
- **Ecriture web** : Particularités web et dynamique rédactionnelle. « L'emotional writing » : règles de proximité émotionnelle, le pouvoir des mots. Bonnes pratiques de référencement naturel. Liens hypertextes. *Ecrire un article de blog + un post.*



2 formules  14h

- **#atelierpartagé** > 14h (4 x 3,5h) plusieurs entreprises | 780 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > 14 h – centré sur vous | 1 380 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et le marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



M.4 – Storytelling : savoir raconter la belle histoire de la marque

Acquérir les techniques et les réflexes de l'écriture journalistique. Les adopter pour la rédaction des supports de l'entreprise, les articles de blog, les newsletters. Donner du style pour qu'ils parviennent à remplir leur objectif principal : être lu !
Aller à l'essentiel, écrire ou réécrire des textes synthétiques et percutants.

Objectifs

- Savoir capter l'attention à l'écrit
- Ecrire en s'adaptant aux différents supports
- Rédiger la titraille
- Varier les traitements éditoriaux

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Le storytelling** : origines du storytelling, définition et mécanismes de la mémoire. Les atouts du storytelling pour générer de l'attachement. Construire le schéma narratif associé à sa présentation. Choisir les différents personnages (héros, adjutants, opposants). *Construction d'un schéma narratif, avec personnages.*
- **Savoir sortir des clichés** : Utiliser les cartes mentales pour faciliter la recherche d'idées analogiques. Trouver de nouvelles idées en suivant ses cinq sens. Dessiner pour libérer sa créativité. S'essayer aux jeux de mots, à l'humour et aux détournements d'expression. *Exercices de créativité pour trouver des titres créatifs et incitatifs*
- **Oser « l'emotional writing »** : règles de proximité émotionnelle, le pouvoir des mots, techniques d'écritures émotionnelles.
- **Les super pouvoirs de la vidéo en storytelling** : exemples de campagnes, décryptage des exemples, schéma de diffusion virale.



2 formules



7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et le marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



E-réputation

Gérer et valoriser sa e-réputation



E 1 – E-réputation : surveiller & renforcer l'image de son entreprise sur le net

88% de ce qui se dit sur une entreprise... ne provient pas de l'entreprise elle-même. La montée en puissance des réseaux sociaux et l'évolution des tendances participatives sur Internet créent de nouveaux enjeux pour l'e-réputation des entreprises. Vous apprendrez durant ce stage à bâtir une stratégie de présence, d'influence et de veille, et à en évaluer les impacts.

Objectifs

- Mesurer, gérer et valoriser son e-réputation
- Elaborer une stratégie de présence et de positionnement sur les réseaux sociaux
- Organiser sa veille d'e-réputation
- Identifier les outils et applications permettant d'améliorer son e-réputation

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Pourquoi chercher à valoriser sa e-réputation ?** Définition de l'e-réputation / Les sources d'influence / L'évolution de l'expérience client / L'avènement du "consomm-acteur" : usages et outils / Le rôle des salariés et les risques potentiels / Les impacts sur la marque / Influence et gestion des avis de consommateurs. *Mesure de la e-réputation et force de l'identité numérique avec un grille d'analyse*
- **Un nouveau mode de communication :** Les grands usages des réseaux sociaux et leurs tendances actuelles, pour quelles applications métiers ? Qu'en est-il du B2B ? / De la communication à la conversation / Le nouvel enjeu « l'attention marketing » / Humaniser sa relation. *Analyse de la stratégie social media et positionnement de l'entreprise*
- **Organiser sa veille d'e-réputation :** Définir son périmètre de veille et ses objectifs, Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI). Les outils de veille gratuits. Utiliser Twitter comme outil de veille. Les solutions de veille professionnelles. *Paramétrage Google Alerts*
- **Gérer et renforcer sa e-réputation :** l'organisation et les rôles, importance du contenu, codes et usages des réseaux sociaux. La suppression des messages négatifs ? La gestion d'une crise ou d'un bad buzz



2 formules



- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise | 690 € HT pour 1 à 4 pers. Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis :** Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires :** Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique :** Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques :** Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques :** wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement :** formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution :** Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats :** En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



E2 - Construire son identité sur le net (personal branding)

88% de ce qui se dit sur une entreprise... ne provient pas de l'entreprise elle-même. La montée en puissance des réseaux sociaux et l'évolution des tendances participatives sur Internet créent de nouveaux enjeux pour l'e-réputation des entreprises. Vous apprendrez durant ce stage à bâtir une stratégie de présence, d'influence et de veille, et à en évaluer les impacts.

Objectifs

- Acquérir une vision claire de qui vous êtes, ce que vous avez à dire, comment et où vous allez le dire.
- Vous apprendre comment vous positionner comme expert dans votre secteur.
- Apprendre à construire son identité personnelle sur les réseaux sociaux

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Préambule** : La notion d'identité numérique. Réputation et e-réputation.
- **QUI / visions & valeurs** : Dans personal branding, il y a personal. Et c'est vous. Alors avant tout, nous allons parler de vous ! / Qui êtes-vous ? La méthode des 5 questions. / Réfléchir sur son profil psychologique avec la méthode MBTI / Utiliser le cercle d'or pour définir son pourquoi.
- **QUOI / ce que vous vendez ou plutôt l'image que vous souhaitez promouvoir et le message à faire passer**. Où en êtes-vous aujourd'hui et où voulez-vous aller ? Définir votre « offre » avec le business model canva. Et si vous deveniez un « productized service » ?
- **A QUI/ Vos cibles**. Qui souhaitez-vous toucher, auprès de qui voulez vous avoir de la visibilité, quels sont vos objectifs ?
- **COMMENT / Raconter votre histoire**. Le storytelling & des techniques de pitch. La symbolique autour de votre expertise. La photo, l'univers sémantique et visuel qui vous définit . Apprendre à se vendre.
- **OÙ / Vous rendre visible sur le net**. Enrichir son compte LinkedIn. Augmenter son réseau et être actif sur LinkedIn. L'apport de Twitter. Autres outils (Slideshare, cv en ligne, réseaux).



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.8 – Le marketing des avis et Google My Business : susciter, répondre, utiliser les avis pour vendre

NOUVEAU

88% de ce qui se dit sur une entreprise... ne provient pas de l'entreprise elle-même. Consulter les avis est devenu aujourd'hui un réflexe des consommateurs avant de confirmer leur achat. L'absence de commentaires ou des commentaires négatifs sur votre entreprise inciteront à aller voir la concurrence. Google My business et ses avis, est aujourd'hui au cœur de la e-réputation et du développement commercial.

Objectifs

- Comprendre le rôle des avis dans la relation client et le développement commercial
- Découvrir le fonctionnement de Google My Business
- Créer la fiche de son entreprise sur Google My Business
- Rendre sa présentation originale et référencable sur Google
- Savoir actualiser sa fiche Google My Business au quotidien
- Savoir gérer ses avis

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Avis et e-réputation : des éléments essentiels aujourd'hui.** Définition de l'e-réputation. L'impact des sites d'avis sur la marque. Le consomm'acteur : influence et gestion des avis. Exploiter les avis clients : norme AFNOR et nouvelle réglementation. Le rôle des salariés et les risques potentiels. Le capital sympathie de l'entreprise. *Mesure de la e-réputation et force de l'identité numérique avec un grille d'analyse*
- **Fondamentaux de Google my business :** Caractéristiques / Référencer ses adresses et ses localisations sur Google / La vitrine de son entreprise // Améliorer son référencement local
- **Créer sa fiche Google My business :** Choisir les bonnes photos / Se présenter sur Google + / S'enregistrer avec des points de vente multiples / Publier du contenu / Intégrer Google Maps
- **E-reputation :** Gérer la relation client / comment gérer les avis négatifs / Mettre en place un dispositif de veille.
- **Lien avec d'autres plateformes :** Youtube / Google + / Gestion des infos locales
- **Mesurer la performance de ses actions :** Statistiques



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. groupe 3 pers. Minimum
 - **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise. 690 € HT pour 1 à 4 pers.
- Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis :** Etre à l'aise avec internet. Avoir ouvert sa page Google My Business.
- **Lieu & horaires :** Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique :** Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques :** Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques :** wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement :** formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution :** Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats :** En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



Réseaux sociaux

Comprendre les réseaux sociaux
et les utiliser en mode professionnel



R.1A- Comprendre et démarrer sur les réseaux sociaux

« fish where the fishes are »... désormais, nos clients et prospects sont sur les réseaux sociaux, que l'on soit une entreprise BotC ou BtoB. Bien connaître le panorama des réseaux sociaux et leurs usages et les utiliser pour développer son entreprise est désormais incontournable.

Objectifs

- Mesurer les enjeux du digital et des médias sociaux.
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.
- Décrypter les usages qu'en font les entreprises.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Identifier les nouveaux usages du digital Web 3.0** : définition et usages / Marketing émotionnel / Les réseaux sociaux dans le dispositif de communication de l'entreprise. / La nouvelle relation marque et consomm'acteur / Réseaux sociaux et référencement
- **Cartographie des media sociaux** : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram,, Periscope, Snapchat, Google +, LinkedIn. / Quel réseau social pour quelle utilité ? / Construire sa stratégie en BtoB et BtoC / Ecrire vite et bien / Trouver le ton juste entre proximité et respect.
- **Rôle des réseaux sociaux** : Impact des réseaux sociaux sur la stratégie digitale et le référencement / Vers le Social Marketing et Social Shopping. / Le social gaming / Générer des leads en BtoB avec les médias sociaux.
- **Marketing d'influence** : Principes-clés et usages. / Présentation de la blogosphère. / Quel complémentarité avec le site internet ?/ Comprendre le fonctionnement d'un blog - actualité (article, commentaire, liens...).
- **Vidéo marketing** : Présentation de Youtube / Vidéo sur Facebook et Facebook Live / Le pouvoir de la vidéo



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant un site internet.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte Facebook personnel actif, créer sa page avant la séance si elle n'existe pas.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



NOUVEAU R.1B – Optimiser sa stratégie « social media »

Les réseaux sociaux ? Un grand nombre d'entreprises les travaillent au coup par coup, sans objectif précis ou ligne directrice. Avec cette formation, vous serez en mesure de comprendre les enjeux d'une stratégie Social Media, d'en connaître les principaux intérêts pour votre entreprise et de déployer votre démarche sur le long terme, afin de faire connaître et aimer votre entreprise.

Objectifs

- Comprendre les nouveaux usages des médias sociaux.
- Construire une stratégie sur les réseaux sociaux, en cohérence avec sa stratégie marketing et communication
- Utiliser les outils du community manager et suivre la performance

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre les nouveaux usages sur le digital et les médias sociaux** : Analyse de la Customer Journey. Être présent à toutes les étapes du consumer journey avec Google Micro Moments. *Exercice : construire un consumer journey*
 - **Choisir les réseaux sociaux adaptés** : Leviers des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Pinterest). Analyse des avantages, inconvénients et contraintes de chaque support. Pertinence de chaque réseau social en fonction de la cible. *Exercice : décrypter des stratégies de marques sur les réseaux sociaux afin d'analyser leurs clés de réussite*
 - **Inclure les réseaux dans une stratégie marketing et assigner des objectifs**. Définir ses objectifs marketing et de communication. Définir sa cible de communication. Définir un plan marketing Social Media
 - **Déployer une stratégie Social Media : plannings éditoriaux & outils** : Etablir un plan de communication Social media (macro-plan). Construire son planning éditorial. Les outils malins. Les leviers de médiatisation. *Exercice : décliner un même message sur des réseaux différents*
- Analyser sa performance** : définir ses KPIs. ROI et ROA. Adopter une vision à moyen terme et anticiper les nouveaux usages. Social Media : quelles limites? *Exercice : construire un tableau de bord efficace*



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 690 € HT pour 1 pers | 890 € HT pour 2 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant un site internet.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre déjà formé aux fonctionnalités des média sociaux ou avoir fait la formation R1A.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.2A – Facebook 1 : démarrer sa page professionnelle

Plus de 30 millions d'entreprises ont une page professionnelle sur Facebook.
Il faut donc en comprendre les enjeux, adopter les bonnes pratiques pour fédérer sa communauté.

Objectifs

- Comprendre comment utiliser Facebook dans son activité professionnelle.
- Paramétrer et renseigner sa page professionnelle
- Publier et animer sa page, agrandir sa communauté
- Savoir mesurer la performance de ses actions sur Facebook

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Introduction à l'usage de Facebook** : Web 3.0 et usages / Facebook aujourd'hui / Lexique Facebook
- **Auditer, créer, paramétrer ma page** : Paramétrages de la Fanpage / Audit d'efficacité de la Fanpage (si elle est déjà créée) / Présentation de l'interface / Optimisation de la story, des articles / services.
- **Comment augmenter sa communauté** : Recruter mes Fans / Comprendre le profil de mes Fans / Rendre visible ma Fanpage
- **Construire sa stratégie éditoriale** : Quels sujets choisir ? / Stratégie et calendrier éditorial / Fonctions de publications / Picture Marketing / Bonnes Pratiques / Répondre aux commentaires
- **Mesurer la performance de ses actions** : Suivre et analyser les statistiques, la e-réputation et les avis.



2 formules  7 h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 780 € par pers. groupe 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7 h – centré sur vous
690 € HT pour 1 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant un site internet.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte Facebook personnel actif, créer sa page avant la séance si elle n'existe pas.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.2B – Facebook 2 : Déployer ses ventes et la publicité

Depuis quelques années, Facebook déploie une série de fonctionnalités de « social selling ». Comment vendre sur Facebook et faire la promotion de ses produits avec la publicité ? Une formation pour exploiter toute la puissance commerciale de Facebook.

Objectifs

- Comprendre comment utiliser Facebook dans son activité professionnelle.
- Connaître les fonctionnalités avancées : publicité, boutique en ligne.
- Analyser quand la publicité est opportune et savoir en tirer des résultats
- Savoir mesurer la performance de ses ventes sur Facebook

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comment augmenter ma communauté** : Recruter mes Fans / Comprendre le profil de mes Fans / Rendre visible ma Fanpage / Construire ma stratégie de visibilité / La capital sympathie.
- **Vendre sur Facebook ?** : L'algorithme de Facebook et les limites de l'effet d'écho.
- **Faire de la publicité sur Facebook** : Pourquoi et quand faire de la publicité ? Quels objectifs et quel retour ? Créer mon post sponsorisé. Créer ma campagne..
- **Les différents types de post publicitaire** : Typologie – Exemples de publicité efficaces. Les jeux concours
- **Mesurer les résultats de ma publicité Facebook** : Statistiques – Interpréter ses chiffres
- **La e-boutique Facebook** : Obligatoirement en lien avec un site de e-commerce. Exemples et aperçu de boutiques sur Facebook.
- **Mesurer la performance de sa stratégie sur Facebook** : Suivre et analyser les statistiques de sa page professionnelle.



2 formules



14h

- **#atelierpartagé** > 14h (4 x 3,5h) plusieurs entreprises
780 € par pers. groupe 3 pers. minimum
- **#you&me** > 14h – centré sur vous
1380 € HT pour 1 à 4 pers
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant un site internet.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte Facebook pro et avoir suivi le Niveau 1.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur.
Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.3A – LinkedIn 1 : Créer et animer sa page

Les réseaux sociaux professionnels sont de véritables outils en termes de prospection, création de visibilité et recrutement 2.0.
Prendre en main LinkedIn, ses codes, usages et fonctionnalités

Objectifs

- Comprendre les usages et le potentiel de LinkedIn en prospection ou recherche d'emploi.
- Maximiser l'utilisation d'un compte – le compte premium
- Donner de la visibilité à son profil – Animer une page entreprise
- A la fin de la formation, le stagiaire saura se servir de LinkedIn pour augmenter sa zone de prospection.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Présentation LinkedIn** : Chiffres clés / Quelle utilisation pour quel objectif : mode passif, réactif, actif / Quelle utilisation en mode professionnel
- **Introduction au personal branding et brand content** : Définir ses forces clés / Mettre en valeur son profil professionnel et/ou son entreprise / Créer et paramétrer son profil LinkedIn. / Usages du profil personnel et de la page entreprise / Principales fonctionnalités / Définition du Personal Branding.
- **Construire son personal branding** : recommandations / Rendre son profil impactant / Augmenter son réseau
- **Publier du contenu impactant** : Stratégie de contenu / Devenir influenceur sur son marché / Augmenter la portée de ses posts / Bonnes pratiques de publication.
- **Prospecter avec LinkedIn** : Formuler son positionnement commercial : critères de ciblage / Rechercher les contacts qualifiés / Utiliser les fonctions avancées de filtre
- **Se fixer des objectifs et suivre les résultats.**



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise 690 € HT pour 1 à 4 pers

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte LinkedIn personnel, créer sa page avant la séance si elle n'existe pas.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.3B – LinkedIn 2 : Réseauter & optimiser son commercial

Les réseaux sociaux professionnels sont de véritables outils en termes de prospection, création de visibilité et recrutement 2.0.
Prendre en main LinkedIn, ses codes, usages et fonctionnalités

Objectifs

- Comprendre les usages et le potentiel de LinkedIn en prospection.
- Maximiser l'utilisation d'un compte premium
- Donner de la visibilité à son entreprise
- A la fin de la formation, le stagiaire saura se servir de LinkedIn pour augmenter la visibilité de son réseau commercial et maximiser sa zone de prospection.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Découvrir le compte premium** : Avantages du compte Premium. Faire de opérations du ciblage et de la prospection avec le compte premium.
- **Prospecter avec LinkedIn** : Formuler son positionnement commercial : critères de ciblage / Rechercher les contacts qualifiés / Utiliser les fonctions avancées de filtre
- **Cartographie ses prospects**
- **Publicité VS publication** : quels objectifs pour quelles utilisations ? Exemples de publications sponsorisées, exemple d’Inmail.
- **Activer les campagnes payantes** : budget, fonctionnalités, suivi des indicateurs.



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 690 € HT pour 1 pers | 890 € HT pour 2 à 4 pers. Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d’emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l’aise avec internet. Posséder un compte LinkedIn personne, avoir suivi le Niveau 1.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d’exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.6 – Instagram : Créer et animer sa page

Instagram est le réseau social d'influence sur smartphone, qui repose sur le visuel avant tout et s'adresse à un cible jeune. Apprendre à l'utiliser, au service d'une meilleure notoriété et visibilité pour votre entreprise et savoir identifier les influenceurs et échanger avec eux.

Objectifs

- Exploiter le potentiel d'Instagram pour améliorer sa visibilité et notoriété
- Faire de la veille sur Instagram et identifier les influenceurs
- Optimiser sa prise de parole et augmenter son nombre d'abonnés

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Définir une stratégie de présence sur Instagram** : Rappel des usages clés sur Instagram / Définition et optimisation de sa stratégie éditoriale / Faire cohabiter Instagram et les autres réseaux sociaux.
- **Prendre en main Instagram à travers des comptes emblématiques** : La veille / Les filtres / Les hashtags et les @mention / Trending topics / Les styles de vie
- **Nouer des relations avec les influenceurs** : Identifier les influenceurs et leurs centres d'intérêts / Contacter les influenceurs / Animer sa relation avec les influenceurs.
- **La publication sur Instagram** : Création de photos et de filtres / les hashtags / communiquer sur son « style de vie » entreprise / la publicité.
- **Bonnes pratiques** : Développer son audience / Fréquence de publications / travail sur l'image
- **Mesurer la performance** : Statistiques avec Instagram analytics



2 formules



7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 pers. minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 690 € HT pour 1 pers | 890 € HT pour 2 à 4 pers. Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. QCM d'évaluation formalisé.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.7 – YouTube : Utiliser la puissance du video marketing

YouTube est le réseau social d'influence vidéo par excellence. Apprendre à l'utiliser, au service d'une meilleure notoriété et visibilité pour votre entreprise et savoir identifier les influenceurs et échanger avec eux.

Objectifs

- Exploiter le potentiel de YouTube pour améliorer sa visibilité et notoriété
- Faire de la veille sur YouTube et identifier les influenceurs
- Optimiser sa prise de parole et augmenter son nombre d'abonnés

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Définir une stratégie de présence sur YouTube** : Rappel des usages clés sur YouTube / Définition et optimisation de sa stratégie éditoriale / Faire cohabiter YouTube et les autres réseaux sociaux.
- **Prendre en main Youtube à travers des comptes emblématiques** : La veille / Video search / Les mots clés / Trending topics
- **Nouer des relations avec les influenceurs** : Identifier les influenceurs et leurs centres d'intérêts / Contacter les influenceurs / Animer sa relation avec les influenceurs.
- **La publication sur YouTube** : Compte institutionnel / télécharger ses vidéos / partager ses vidéos / intégrer de la musique / télécharger des vidéos / la publicité.
- **Bonnes pratiques** : Best practices / l'interface click-to-play : faire ressortir ses vidéos face aux concurrents / améliorer ses vues
- **Mesurer la performance de ses actions** : Statistiques sur YouTube (Adwords, YouTube Ads)



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. Groupe 3 pers. minimum
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 690 € HT pour 1 pers | 890 € HT pour 2 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. QCM d'évaluation formalisé.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



R.8 – Le marketing des avis et Google My Business : susciter, répondre, utiliser les avis pour vendre

NOUVEAU

88% de ce qui se dit sur une entreprise... ne provient pas de l'entreprise elle-même. Consulter les avis est devenu aujourd'hui un réflexe des consommateurs avant de confirmer leur achat. L'absence de commentaires ou des commentaires négatifs sur votre entreprise inciteront à aller voir la concurrence. Google My business et ses avis, est aujourd'hui au cœur de la e-réputation et du développement commercial.

Objectifs

- Comprendre le rôle des avis dans la relation client et le développement commercial
- Découvrir le fonctionnement de Google My Business
- Créer la fiche de son entreprise sur Google My Business
- Rendre sa présentation originale et référencable sur Google
- Savoir actualiser sa fiche Google My Business au quotidien
- Savoir gérer ses avis

Contenu pédagogique : méthode interactive – théorie et cas pratiques

- **Avis et e-réputation : des éléments essentiels aujourd'hui.** Définition de l'e-réputation. L'impact des sites d'avis sur la marque. Le consomm'acteur : influence et gestion des avis. Exploiter les avis clients : norme AFNOR et nouvelle réglementation. Le rôle des salariés et les risques potentiels. Le capital sympathie de l'entreprise. *Mesure de la e-réputation et force de l'identité numérique avec un grille d'analyse*
- **Fondamentaux de Google my business :** Caractéristiques / Référencer ses adresses et ses localisations sur Google / La vitrine de son entreprise // Améliorer son référencement local
- **Créer sa fiche Google My business :** Choisir les bonnes photos / Se présenter sur Google + / S'enregistrer avec des points de vente multiples / Publier du contenu / Intégrer Google Maps
- **E-reputation :** Gérer la relation client / comment gérer les avis négatifs / Mettre en place un dispositif de veille.
- **Lien avec d'autres plateformes :** Youtube / Google + / Gestion des infos locales
- **Mesurer la performance de ses actions :** Statistiques



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. groupe 3 pers. Minimum
 - **#you&me** > 7h – centré sur vous et votre entreprise. 690 € HT pour 1 à 4 pers.
- Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier.



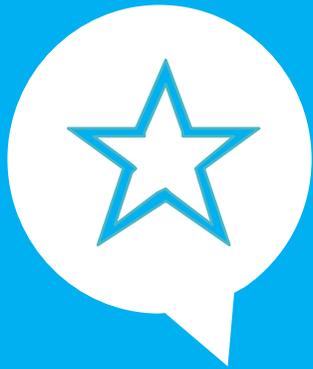
Public

Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis :** Etre à l'aise avec internet. Avoir ouvert sa page Google My Business.
- **Lieu & horaires :** Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique :** Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques :** Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques :** wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement :** formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution :** Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats :** En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



Graphisme

Laisser parler sa créativité
Etre autonome dans la création
de ses supports de communication



S.5 – Comprendre la création graphique et son process

Familiarisez-vous avec la création graphique et soyez capable de concevoir un message efficace, de dialoguer et de comprendre vos partenaires graphiques (graphistes indépendants, imprimeurs), pour mener à bien la réalisation de vos supports de communication.

Objectifs

- Connaître les principes de la création graphique et de la conception/rédaction
- Identifier les acteurs de la chaîne graphique
- Savoir rédiger une demande de devis / Savoir interpréter un devis
- Etre capable de suivre la réalisation d'un document imprimé

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Identifier les acteurs de la chaîne graphique** et leurs rôles. Les différentes techniques d'impression.
- **Le vocabulaire** de la chaîne graphique
- **Les étapes de la création graphique**
- **Connaître les principes de la conception/rédaction** d'un message publicitaire : la copy stratégie, print VS web, savoir rédiger un message en fonction de ses cibles.
- **Principes de mise en page et bonnes pratiques** du message imprimé
- **Les différents types de supports imprimés** et leurs spécificités
- **Faire une demande de devis**, rédiger un cahier des charges, réaliser un rétroplanning
- **Analyser un devis imprimeurs** : formats, plis, spécificités d'impression, papiers, finitions, façonnage



2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers. 3 personnes minimum.
- **#you&me** > 7h – centré sur votre entreprise 690 € HT pour 1 pers à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et l'ordinateur.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.6PH1 – Photoshop CC, niveau 1 : Démarrer avec Photoshop

Logiciel référent de la suite Adobe, Photoshop possède de nombreuses possibilités de designs et d'effets, découvrez-en toutes les subtilités, pour des visuels encore plus attractifs !

Objectifs

- Apprendre les fonctions essentielles de Photoshop
- Produire des images de qualité pour le print et le web

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Découvrir photoshop** : L'interface et les outils, ranger les palettes
- **Résolution & taille d'une image** : Agir sur la résolutions et la taille d'une image, transformer manuellement son image, recadrer, rogner ses images, agrandir la zone de travail
- **Pour l'impression ou le web** : Les modes colorimétriques (RVB, CMJN), les règles à connaître pour imprimer ou afficher sur un écran, son image, les formats d'image à choisir en fonction du projet (natif : PSD, Tiff, eps, jpg, png, gif...). **Annulations simples & multiples** : Principe, réglages et gestion du panneau Historique
- **Détournage** : Les outils de sélection photoshop : La baguette, les lassos, plumes, la sélection rapide, détourer des images à contours nets, amélioration du contour. **Réparer vos images** : Dupliquer, supprimer les imperfections avec les outils tampon et correcteur, outil goutte d'eau, netteté, doigt, densité. **Les différentes transformations** : Homothétie, rotation, torsion, perspective, déformation, transformation manuelle. **Les filtres et les effets** : La galerie des EFFETS (présentation), appliquer un effet
- **La couleur dans photoshop** : Le sélecteur de couleurs, la palette et le nuancier, les modes LAB, niveau de gris et bichromie. **Travailler la chromie** : Lire et modifier l'histogramme d'une image, corriger la chromie (les bases). **Calques** : Le calque d'arrière-plan, créer et gérer de nouveaux calques, dupliquer et fusionner des calques, chaînage de calques
- **Dessiner dans photoshop** : Les outils de dessin, formes géométriques ou prédéfinies.
- **La typographie** : création d'un calque texte, la sélection de texte et le modifier (polices, couleur...)



2 formules



10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.6PH2 – Photoshop CC, niveau 2 : Se perfectionner avec Photoshop

Logiciel référent de la suite Adobe, Photoshop possède de nombreuses possibilités de designs et d'effets, découvrez-en toutes les subtilités, pour des visuels encore plus attractifs !

Objectifs

- Approfondir les fonctions essentielles de Photoshop
- Maîtriser la colorimétrie
- Se perfectionner dans le détourage

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rappel sur l'espace de travail** : L'interface et les outils, gestion des panneaux, les préférences
- **Résolution & taille d'une image** : Rappel résolutions et taille d'une image, transformer son image
- **Pour l'impression ou le web** : Rappel des différents modes colorimétriques (RVB, CMJN), les formats d'image à choisir en fonction du projet (natif : PSD, Tiff, eps, jpg, png, gif...)
- **Détourage** : Rappel des outils de sélection photoshop, amélioration du contour, détourage avec les outils vectoriels (la plume), mémorisation, des tracés et l'outil de conversion de point. **Réparer vos images** : Les outils : tampon, correcteur et pièce. **Les différentes transformations** : Rappel sur l'homothétie, rotation, torsion, perspective, déformation, transformation manuelle, la grille de déformation, les symétries, l'outil fluidité. **Les filtres et les effets** : Utiliser des filtres pour adoucir, renforcer vos images, améliorer la netteté de l'image, flouter l'image.
- **La couleur dans photoshop** : Le nuancier, les Pantones, les tons directs, RVB, CMJN... Couleurs web non imprimables et non sécurisées. **Travailler la chromie**: Rappel sur la modification des niveaux (histogramme), réchauffer ou refroidir une image, les couches de couleurs
- **Calques**: Dupliquer et fusionner des calques, créer et gérer un groupe de calques
- **Dessiner dans photoshop**: les différents outils de dessin, formes géométriques ou prédéfinies, les calques de formes et de tracés.
- **La typographie** : Sélection de texte et modification, le réglage des attributs typographiques



2 formules



10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers. Avoir suivi le Niveau 1 du logiciel.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.6PH3 – Photoshop CC, niveau 3 : Devenir expert avec Photoshop

Logiciel référent de la suite Adobe, Photoshop possède de nombreuses possibilités de designs et d'effets, découvrez-en toutes les subtilités, pour des visuels encore plus attractifs !

Objectifs

- Apprendre les fonctions avancées de Photoshop
- Dessiner dans Photoshop
- Faire des retouches photos de qualité professionnelle, gérer les masques

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Résolution & taille d'une image** : Révision sur la résolution et la taille d'une image
- **Détourage** : Retravailler l'outil Plume, mémorisation des tracés et l'outil de conversion de point.
- **Réparer vos images** : Approfondissement des outils de correction.
- **Les transformations** : Correction de perspectives.
- **La couleur dans photoshop** : Rappel sur les couleurs, la palette et le nuancier, les modes RVB, LAB, CMJN, niveau de gris et bichromie...
- **Travailler la chromie** : Corriger la tonalité, la saturation, la luminosité et ajuster les couleurs des images, mélanger des couches et variantes de corrections.
- **Calques, masques** : Les calques de remplissage et de réglages, utilisation des masques de fusion et d'écrêtage.
- **Dessiner dans photoshop** : les différents outils de dessin , les motifs et textures, personnalisation
- **La typographie**: Le réglage des attributs typographiques, mises en forme automatisées avec les styles
- **Fonctions avancées** : Camera raw pour corriger les images professionnelles, déformer un personnage comme une marionnette, conversion des calques en objet dynamique, récupération d'objet venant d'Illustrator, application de filtres dynamiques modifiables, petite animation gif.
- **Automatiser des tâches** : Création et utilisation de actions (Scripts d'actions), automatisation et traitement par lot.



2 formules



10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers.3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers. Avoir suivi le Niveau 1 et 2 du logiciel.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.7IN1 – InDesign, niveau 1 : Démarrer avec InDesign

Logiciel référent de la suite Adobe, InDesign permet de créer, contrôler, publier des documents pour l'impression et les médias numériques.

Objectifs

- Acquérir les bases de l'utilisation du logiciel InDesign
- Connaître les bonnes pratiques.
- Être capable de réaliser des travaux professionnels pour l'impression.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Découverte du logiciel** : L'environnement de travail, les panneaux outils et contrôles, le plan de montage, gabarit & pages, création de nouvelles pages, les règles, les repères, les grilles, enregistrement et récupération.
- **Elaboration d'un document** : Créer un nouveau document, paramètres prédéfinis, modification du format, les blocs, transformations de blocs (les arrondis), disposition des objets, alignement et répartition, gestion des couleurs CMJN et RVB, nuancier.
- **Effets graphiques** : Ombres internes, lueurs internes et externes
- **Gestion des images** : Importer une image, redimensionner une image, déplacer une image, maîtriser les différents formats d'images : tiff, psd, png, jpeg, illustrator eps...
- **Gestion du texte** : Insérer du texte de substitution ou word, panneau caractères, panneau paragraphes, les espacements, les césures, les lettrines, les tabulations, les listes (numérotation, puces)
- **Impression & exportation** : Impression sur imprimante de bureau, exportation PDF



2 formules  10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.7IN2 – InDesign, niveau 2 : Se perfectionner avec InDesign

Logiciel référent de la suite Adobe, InDesign permet de créer, contrôler, publier des documents pour l'impression et les médias numériques.

Objectifs

- Maîtriser de l'utilisation du logiciel InDesign
- Savoir utiliser le pathfinder et gérer les calques
- Comprendre l'utilisation des masques et gérer les liens
- Être capable de réaliser des travaux professionnels pour l'impression.

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rappel sur l'espace de travail** : Modification et organisation de l'espace de travail, gestion des panneaux, les préférences. **Rappel gestion d'un document** : Créer un nouveau document, modification du format, naviguer dans un document, transformations de blocs (les arrondis), le pathfinder.
- **Effets graphiques** : Contour progressif et progressif directionnel, biseautage et estampage, satin, ombres internes, lueurs internes et externes.
- **Les calques** : Gestion des calques
- **Rappe gestion des images** : Importer et redimensionner une image, masque (détourage) et transparences, l'habillage, gérer les liens.
- **Gestion du texte** : Rappel des panneaux caractères et paragraphes, colonnes et chainages de blocs texte, redistribution intelligente du texte le gris typographique, justifications, gérer la grille de ligne de base et ses options, listes (avec création d'un style puce). **Les tableaux**: Créer un tableau, à partir d'excel, word... Opérations sur les cellules, convertir un texte en tableau, le principe d'entête, de corps et de pied.
- **Automatisation des tâches** : créer des gabarits, libérer les éléments de gabarit, création et utilisation des feuilles de style, style de bloc, automatisation de mise en forme du texte, création & utilisation des bibliothèques, n° de section et folio automatique, notes de bas de pages.
- **Rappel impression & exportation** : Préparation et vérifications pour l'impression professionnelle, assemblage, exportation PDF optimisé.



2 formules  10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers. Avoir suivi le Niveau 1 du logiciel.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.7IN3 – InDesign, niveau 3 : Devenir expert avec InDesign

Logiciel référent de la suite Adobe, InDesign permet de créer, contrôler, publier des documents pour l'impression et les médias numériques.

Objectifs

- Maîtriser de l'utilisation des fonctions avancées du logiciel InDesign
- Savoir utiliser la mise en page liquide
- Gérer les hyperliens et la table de matière automatisée
- Être capable d'exporter un PDF optimisé

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rappel des tableaux** : Import d'un tableau, styles de cellules, styles de tableaux
- **Automatisation des tâches** : Rappel sur les feuilles de style, automatisation de mise en forme du texte, récupérer les styles d'un autre document, récupérer le nuancier d'un autre document, récupérer les gabarits d'un autre document, scripts, notes de bas de pages & leur optimisation sur plusieurs colonnes, importation en rafale.
- **Fonctions avancées** : La table des matières automatisée, bloc ancré dans le texte, la fonction « Livre », rechercher – remplacer, grep simple, hyperliens, PDF interactif, générateur de codes QR.
- **La mise en page liquide** : La mise en page liquide, la mise en page liquide basé sur l'objet, créer une variante de mise en page, panneau pages & variantes de mise en page.
- **Rappel impression & exportation** : Vérifications ultimes pour l'impression professionnelle, exportation PDF optimisé.



2 formules  10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers. Avoir suivi le Niveau 1 & 2 du logiciel.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.7IL1 – Illustrator, niveau 1 : Démarrer avec Illustrator

Logiciel référent de la suite Adobe, Illustrator est un logiciel de création graphique vectorielle. Il peut être utilisé indépendamment ou en complément de Photoshop, il offre des outils de dessin vectoriel puissants.

Objectifs

- Apprendre les bases du logiciel Illustrator
- Savoir utiliser les techniques dessins
- Maîtriser le format vectoriel
- Gestion d'un nuancier

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Découverte du logiciel** : Les différentes utilisations : illustrations, logos, pictogrammes, schémas, mise en page... L'environnement de travail, le panneau outils, le panneau contrôle, afficher et organiser les panneaux, les règles et les repères, enregistrement et récupération.
- **Elaboration d'un document** : Créer un nouveau document, paramètres prédéfinis, modification du format, le format vectoriel : ses avantages, sa différence avec le format matriciel.
- **Les techniques de dessin** : L'outil plume et courbes de bézier, l'outil pinceau et crayon, les outils géométriques : rectangle, cercle, polygone, étoile, triangle. Les contours : épaisseurs, extrémités, styles de traits.
- **Disposition des éléments** : La notion de plan (premier plan, arrière-plan, ...), les calques, associer, dissocier vos objets.
- **La couleur** : Les modes colorimétriques et profils de couleur : CMJN, RVB, Pantone, ... Créer des couleurs unies ou dégradées, le fond et contour du tracé, création et gestion d'un nuancier, la modification de couleur dans le nuancier.
- **Le traitement des tracés** : Le pathfinder, la transparence.
- **Les textes** : La création de texte libre, la typographie du texte, les panneaux caractère et paragraphe, la coloration des textes, les manipulations de texte, texte captif et curviligne.



2 formules



10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.71L2 – Illustrator, niveau 2 : Se perfectionner avec Illustrator

Logiciel référent de la suite Adobe, Illustrator est un logiciel de création graphique vectorielle. Il peut être utilisé indépendamment ou en complément de Photoshop, il offre des outils de dessin vectoriel puissants.

Objectifs

- Apprendre les essentiels du logiciel Illustrator
- Savoir maîtriser les outils de texte
- Maîtriser le masque d'écrêtage
- Importer une image matricielle

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rappel sur l'espace de travail**: Modification et organisation de l'espace de travail, gestion des panneaux, les préférences.
- **Rappel gestion d'un document** : Nouveau document, paramètres prédéfinis, modification du format
- **Les techniques de dessin** : Rappel l'outil plume et courbes de bézier, les contours : épaisseurs, extrémités, styles de traits.
- **Disposition des éléments** : Rappel sur les calques, déplacer un objet d'un calque à un autre, sélection d'éléments différents et identiques.
- **La couleur** : Gestion des couleurs unies ou dégradées, création et application de couleurs globales, la modification de couleur gestion d'un nuancier.
- **Le traitement des tracés** : Rappel sur le pathfinder, ombre portée, leur internet et externe, la transparence, le masque d'écrêtage
- **Les textes** : Rappel des panneaux caractère et paragraphe, les manipulations de texte, texte libre, captif et curviligne.
- **Importer une image matricielle** : Importer une image : JPG, PSD, TIFF, ... Le panneau lien, dessiner sur le modèle.



2 formules



10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers | 1335 € HT pour 2 à 4 pers.
Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers. Utilisateurs ayant effectué le Niveau 1
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.



0.71L3 – Illustrator, niveau 3 : Devenir expert avec Illustrator

Logiciel référent de la suite Adobe, Illustrator est un logiciel de création graphique vectorielle. Il peut être utilisé indépendamment ou en complément de Photoshop, il offre des outils de dessin vectoriel puissants.

Objectifs

- Apprendre les fonctions avancées du logiciel Illustrator
- Comprendre les effets 3D
- Créer des formes et vectoriser un tracé des caractères
- Être capable d'optimiser sa production

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Les techniques de dessin** : Rappel l'outil plume et courbes de bézier, l'outil pinceau et crayon.
- **Disposition des éléments** : Mode d'isolation partiel, verrouillage des éléments.
- **La couleur** : Gestion du nuancier et récupération d'un nuancier extérieur, les groupes de nuances, gestion de la peinture dynamique.
- **Le traitement des tracés** : Les effets 3D, modifier les effet, créer des formes; calligraphiques, diffuses, artistiques, de motifs, de pinceau.
- **Les textes** : Vectorisation et modification du tracé des caractères.
- **Les graphes** : Les différents types graphes, optimisation des graphes.
- **Optimiser sa production** : Travailler à l'aide de raccourci clavier, les repères commentés, la grille, le damier de transparence, créer, déplacer, organiser ses plans de travail, la gestion des fonds perdus et l'intégration de traits de coupe, les différents formats d'enregistrement, d'export : print, Web (le format PDF).
- **Les fonctions avancées** : Le dégradé de formes, distorsion par l'enveloppe, le dégradé d'objets, le filet de dégradé, la vectorisation dynamique, les réglages de la vectorisation dynamique, la gestion des symboles, la manipulation des symboles, préparation de la grille de perspective, gestion du dessin en perspective.



2 formules



10,5 h

- **#atelierpartagé** > Jeudi après-midi + vendredi plusieurs entreprises | 585 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > Jeudi après-midi + vendredi centré sur vous
1035 € HT pour 1 pers à 4 pers.

Montage du dossier prise en charge OPCO : 60 € HT/dossier



Public

Chargé de communication, graphiste, autodidacte



Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Connaissance correcte de l'environnement graphique Windows. Aisance dans la manipulation de l'ordinateur, connaissance de l'organisation des données en répertoires et fichiers. Utilisateurs ayant effectué le Niveau 1 & 2 du logiciel.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur, Apporter son PC portable ou sa tablette. un poste de travail par stagiaire.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.

Règlement intérieur et conditions générales de vente

Règlement intérieur

1. Préambule

Boostacom est un organisme de formation domicilié au 250 chemin de Seillière – 38160 Chatte, ci-après dénommé l'organisme de formation. Le responsable de l'organisme de formation est : Cécile Tabarin

Le présent Règlement Intérieur a vocation à préciser certaines dispositions s'appliquant à tous les inscrits et participants aux différents stages organisés par l'organisme de formation dans le but de permettre un fonctionnement régulier des formations proposées.

Définitions : les personnes suivant le stage seront dénommées ci-après « stagiaires ».

2. Dispositions Générales

Article 1

Conformément aux articles L6352-3 et suivants et R6352-1 et suivants du Code du travail, le présent Règlement Intérieur a pour objet de définir les règles générales et permanentes et de préciser la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité ainsi que les règles relatives à la discipline, notamment les sanctions applicables aux stagiaires et les droits de ceux-ci en cas de sanction.

3. Champ d'application

Article 2 : Personnes concernées

Le présent Règlement s'applique à tous les stagiaires inscrits à une session dispensée par l'organisme de formation et ce, pour toute la durée de la formation suivie.

Chaque stagiaire est considéré comme ayant accepté les termes du présent règlement lorsqu'il suit une formation dispensée par l'organisme de formation et accepte que des mesures soient prises à son égard en cas d'inobservation de ce dernier.

Article 3 : Lieu de la formation

La formation aura lieu soit sur site chez le client, soit dans des locaux extérieurs. Les dispositions du présent Règlement sont applicables dans tout local ou espace accessoire à l'organisme, où se déroule la formation.

4. Hygiène et sécurité

Article 4 : Règles générales

Chaque stagiaire doit veiller à sa sécurité personnelle et à celle des autres en respectant les consignes générales et particulières de sécurité et d'hygiène en vigueur sur le lieu de formation.

Toutefois, conformément à l'article R6352-1 du Code du travail, lorsque la formation se déroule dans une entreprise ou un établissement déjà doté d'un règlement intérieur, les mesures de sécurité et d'hygiène applicables aux stagiaires sont celles de ce dernier règlement.

Article 5 : Boissons alcoolisées

Il est interdit aux stagiaires de pénétrer ou de séjourner dans l'établissement en état d'ivresse ainsi que d'y introduire des boissons alcoolisées.

Article 6 : Interdiction de fumer

En application du décret n° 92-478 du 29 mai 1992 fixant les conditions d'application de l'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif, il est interdit de fumer dans les locaux de formation, sauf dans les lieux réservés à cet usage.

Article 7 : Lieux de restauration

L'accès aux lieux de restauration n'est autorisé que pendant les heures fixées pour les repas. Il est interdit, sauf autorisation spéciale, donnée par le responsable de l'organisme de formation, de prendre ses repas dans les salles où se déroulent les stages.

Article 8 : Consignes d'incendie

Conformément aux articles R.4227-37 et suivants du Code du travail, les consignes d'incendie et notamment un plan de localisation des extincteurs et des issues de secours sont affichés dans les locaux de formation de manière à être connus de tous les stagiaires.

Article 9 : Accident

Tout accident ou incident survenu à l'occasion ou en cours de formation doit être immédiatement déclaré par le stagiaire accidenté ou les personnes témoins de l'accident, au responsable de l'organisme.

Conformément à l'article R.6342-3 du Code du travail, l'accident survenu au stagiaire pendant qu'il se trouve sur le lieu de formation ou pendant qu'il s'y rend ou en revient, fait l'objet d'une déclaration par le responsable de l'organisme auprès de la caisse de sécurité sociale.

5. Discipline

Article 10 : Tenue et comportement

Les stagiaires sont invités à se présenter au lieu de formation en tenue décente et à avoir un comportement correct à l'égard de toute personne présente dans l'organisme ou les locaux mis à disposition de l'organisme

Article 11 : Horaires de stage

Les horaires de stage sont fixés par l'organisme de formation et portés à la connaissance des stagiaires soit par la convocation adressée par courrier (postal ou électronique), soit à l'occasion de la remise aux stagiaires du programme de formation. Les stagiaires sont tenus de respecter ces horaires.

L'organisme de formation se réserve, dans les limites imposées par des dispositions en vigueur, le droit de modifier les horaires de stage en fonction des nécessités de service. Les stagiaires doivent se conformer aux modifications apportées par l'organisme de formation aux horaires d'organisation du stage.

En cas d'absence ou de retard au stage, il est préférable pour le stagiaire d'en avertir le formateur.

Par ailleurs, une feuille d'émargement doit être signée par le stagiaire.

Article 12 : Accès au lieu de formation

Sauf autorisation expresse de l'organisme de formation, les stagiaires ayant accès au lieu de formation pour suivre leur stage ne peuvent :

① entrer ou y demeurer à d'autres fins ;

② faciliter l'introduction de tierces personnes à l'organisme.

Article 13 : Usage du matériel

Chaque stagiaire a l'obligation de conserver en bon état le matériel qui lui est confié en vue de sa formation. Les stagiaires sont tenus d'utiliser le matériel conformément à son objet. L'utilisation du matériel à d'autres fins, notamment personnelles est interdite, sauf pour le matériel mis à disposition à cet effet.

A la fin du stage, le stagiaire est tenu de restituer tout matériel et document en sa possession appartenant à l'organisme de formation, sauf les documents pédagogiques distribués en cours de formation.

Article 14 : Enregistrements

Il est formellement interdit, sauf dérogation expresse, d'enregistrer ou de filmer les sessions de formation.

Article 15 : Documentation pédagogique

La documentation pédagogique remise lors des sessions de formation est protégée au titre des droits d'auteur et ne peut être réutilisée autrement que pour un strict usage personnel. Il est formellement interdit de se procurer une copie électronique (fichier) des documents pédagogiques distribués en cours de formation. Article 16 : Responsabilité de l'organisme en cas de vol ou endommagement de biens personnels des stagiaires

L'organisme de formation décline toute responsabilité en cas de perte, vol ou détérioration des objets personnels de toute nature déposés par les stagiaires dans les locaux de formation.

Article 17 : Sanctions

Tout manquement du stagiaire à l'une des dispositions du présent Règlement Intérieur pourra faire l'objet d'une sanction. Constitue une sanction au sens de l'article R6352-3 du Code du travail toute mesure, autre que les observations verbales, prise par le responsable de l'organisme de formation ou son représentant, à la suite d'un agissement du stagiaire considéré par lui comme fautif, que cette mesure soit de nature à affecter immédiatement ou non la présence de l'intéressé dans le stage ou à mettre en cause la continuité de la formation qu'il reçoit.

Selon la gravité du manquement constaté, la sanction pourra consister :

- ① soit en un avertissement ;
- ② soit en un blâme ;
- ③ soit en une mesure d'exclusion définitive.

Les amendes ou autres sanctions pécuniaires sont interdites.

Le responsable de l'organisme de formation doit informer de la sanction prise :

- ① l'employeur, lorsque le stagiaire est un salarié bénéficiant d'un stage dans le cadre du plan de formation en entreprise;
- ② l'employeur et l'organisme paritaire qui a pris à sa charge les dépenses de la formation, lorsque le stagiaire est un salarié bénéficiant d'un stage dans le cadre d'un congé de formation;

L'organisme qui a assuré le financement de l'action de formation dont a bénéficié le stagiaire.

Article 18 : Procédure disciplinaire

Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ait été informé au préalable des griefs retenus contre lui.

Lorsque le responsable de l'organisme de formation ou son représentant envisage de prendre une sanction qui a une incidence, immédiate ou non, sur la présence d'un stagiaire dans une formation, il est procédé ainsi qu'il suit :

Le responsable de l'organisme de formation ou son représentant convoque le stagiaire en lui indiquant l'objet de cette convocation.

Celle-ci précise la date, l'heure et le lieu de l'entretien. Elle est écrite et est adressée par lettre recommandée ou remise à l'intéressé contre décharge.

Au cours de l'entretien, le stagiaire peut se faire assister par une personne de son choix, stagiaire ou salarié de l'organisme de formation.

La convocation mentionnée à l'alinéa précédent fait état de cette faculté. Le responsable de l'organisme de formation ou son représentant indique le motif de la sanction envisagée et recueille les explications du stagiaire.

Dans le cas où une exclusion définitive du stage est envisagée, une commission de discipline est constituée, où siègent des représentants des stagiaires.

Elle est saisie par le responsable de l'organisme de formation ou son représentant après l'entretien susvisé et formule un avis sur la mesure d'exclusion envisagée.

Le stagiaire est avisé de cette saisie. Il est entendu sur sa demande par la commission de discipline. Il peut, dans ce cas, être assisté par une personne de son choix, stagiaire ou salarié de l'organisme. La commission de discipline transmet son avis au Directeur de l'organisme dans le délai d'un jour franc après sa réunion.

La sanction ne peut intervenir moins d'un jour franc ni plus de quinze jours après l'entretien ou, le cas échéant, après la transmission de l'avis de la commission de discipline. Elle fait l'objet d'une décision écrite et motivée, notifiée au stagiaire sous la forme d'une lettre qui lui est remise contre décharge ou d'une lettre recommandée.

Lorsque l'agissement a donné lieu à une mesure conservatoire d'exclusion temporaire à effet immédiat, aucune sanction définitive, relative à cet agissement, ne peut être prise sans que le stagiaire ait été informé au préalable des griefs retenus contre lui et éventuellement que la procédure ci-dessus décrite ait été respectée.

6. Représentation des stagiaires

Conformément aux articles R6352-9 à 12 du code du travail, concernant les stages collectifs, l'organisme de formation organisera l'élection d'un délégué titulaire et d'un délégué suppléant.

L'élection des représentants des stagiaires aura lieu pendant les heures de cours entre la 20ème et la 40ème heure. Le scrutin sera uninominal à deux tours.

Tous les stagiaires sont électeurs et éligibles. S'il y a carence de représentant des stagiaires, un procès-verbal de carence sera établi par le responsable de l'organisme de formation.

Conformément aux articles R6352-13 à 15 du code du travail, les délégués sont élus pour la durée du stage.

Leurs fonctions prennent fin lorsqu'ils cessent de participer au stage. Lorsque le délégué titulaire et le délégué suppléant ont cessé leurs fonctions avant la fin du stage, il est procédé à une nouvelle élection, dans les conditions prévues au paragraphe précédent.

Les délégués font toute suggestion pour améliorer le déroulement des stages et les conditions de vie des stagiaires dans l'organisme de formation. Ils présentent les réclamations individuelles ou collectives relatives à ces matières, aux conditions de santé et de sécurité au travail et à l'application du règlement intérieur.

Si la formation de l'organisme de formation est incluse à une formation de plus longue durée dispensée par une autre entreprise, le règlement intérieur de cette dernière sera appliqué.

7. Publicité et date d'entrée en vigueur

Article 19 : Publicité

Le présent règlement est porté à la connaissance de chaque stagiaire.

Un exemplaire du présent règlement est disponible dans les locaux de l'organisme de formation.

Article 20 : Date d'entrée en vigueur

Ce règlement rentre en vigueur au 01/04/2017.

Conditions générales de vente

I. Généralités

Toute convention ou contrat de prestation de services passé avec Tritop sarl_Boostacom est exécuté conformément aux présentes conditions et entraîne ipso-facto de la part du Mandant, l'adhésion totale aux dites conditions.

Les conditions du Mandant sont réputées non-écrites.

Toute exception ou dérogation même partielle, nécessite un accord préalable écrit.

II. Les missions

Tritop sarl_Boostacom s'engage à exécuter les missions qui lui sont confiées dans les règles de l'art et au mieux de ses connaissances et de ses possibilités. Dans ce cadre, Tritop sarl_Boostacom doit pouvoir compter sur une coopération complète et loyale de ses Mandants, principalement en ce qui concerne la fourniture par ceux-ci d'informations complètes sur les dossiers de l'entreprise, leurs intentions, les développements et projets, toutes affaires en cours et toutes publications ou faits qui pourraient être connus et qui faciliteraient l'efficacité des missions confiées.

Sauf instruction expresse, nous ne sommes pas tenus d'effectuer des recherches pour vérifier s'il existe une possibilité de conflit d'intérêt avec un autre de nos Mandants.

III. Conditions d'exécution

1. Les différentes phases de la mission sont précisées dans le contrat.
2. Sauf si un délai est expressément convenu ou imposé, Tritop sarl_Boostacom est seulement tenu d'exécuter les ordres dans les délais les plus raisonnables.
3. Tout retard ne peut être considéré comme un motif de rupture ou de contestation du prix, en particulier si celui-ci est dû à une défaillance du mandant dans son obligation de collaboration.
4. Confidentialité : Tritop sarl_Boostacom s'engage au respect des règles de confidentialité les plus strictes en ce qui concerne les missions confiées à ses consultants.
5. Les résultats de l'étude seront la pleine propriété du Mandant, à compter du paiement intégral de la prestation. Tritop sarl_Boostacom s'engage par ailleurs, à ne pas utiliser et sous quelque forme que ce soit, les résultats de ces travaux, sans

accord écrit préalable du Mandant.

IV. Documents soumis & remis

Le Mandant est tenu de vérifier l'exactitude des documents qui lui sont soumis ou remis. Sauf avis contraire du Mandant en temps utile, son accord est réputé donné sur le contenu de ces documents.

Les droits d'auteur de Tritop sarl_Boostacom sur les documents soumis ou remis sont réservés.

Le Mandant ne pourra en aucun cas exploiter et/ou utiliser les supports Tritop sarl_Boostacom, hors du cadre contractuel, sans un accord préalable et écrit.

En particulier, toute reproduction intégrale ou partielle, à titre gracieux ou non, de tous documents élaborés par Tritop sarl_Boostacom ne pourra se faire hors du cadre de la mission, sans accord préalable de l'organisme et mention de la source.

V. Documents reçus

Sauf instruction contraire et écrite, les documents reçus du Mandant sont gardés par Tritop sarl_Boostacom qui en assure la plus totale confidentialité.

VI. Devis-Provision

1. Pour toute prestation parfaitement définie, Tritop sarl_Boostacom fournit gratuitement, sur demande raisonnable, un estimatif. Il est entendu que le coût des prestations faisant intervenir des correspondants étrangers ou des monnaies étrangères ne peut être qu'indicatif.
2. Tritop sarl_Boostacom peut demander une provision pour tout ou partie du coût prévisible d'une prestation. Dans cette hypothèse, le début d'exécution de la prestation n'intervient qu'après encaissement de la provision demandée.

VII. Conditions de règlement

1. Le délai de paiement est fixé au dernier jour de l'exécution de la prestation de services et le règlement devient exigible à cette date.
2. Les Prestations doivent être réglées comptant par chèque ou virement à réception de la facture (ou de la note de débit) correspondante, sans escompte.
3. Le taux de pénalité applicable est égal à trois fois le taux de l'intérêt légal au moment de l'émission de la facture. Les

pénalités seront décomptées par mois de retard, la pénalité relative à un mois incomplet étant due pour la totalité du mois.

4. Tout retard de paiement rend le Mandant débiteur de plein droit à l'égard de Tritop sarl_Boostacom d'une indemnité forfaitaire de 40€ (article L.441-6 et D.441-5 du Code de commerce, applicables au 1^{er} janvier 2013). Lorsque les frais de recouvrement exposés sont supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, Tritop sarl_Boostacom peut demander une indemnisation complémentaire, sur justification.

5. En cas de retard de paiement, indépendamment des pénalités ci-dessus, Tritop sarl_Boostacom peut suspendre ses prestations, et ce, quelles qu'en soient les conséquences pour le Mandant déficient.

6. Toute contestation de facture doit être signifiée dans un délai de huit jours à compter de sa réception.

VIII. Non sollicitation de personnel

Le Mandant s'interdit de faire travailler en dehors de la prestation définie par contrat, tout collaborateur de Tritop sarl_Boostacom impliqué dans la mission.

La présente clause perdurera dans ses effets tout au long des 12 mois qui suivront la fin de la mission.

IX. Références

Sauf stipulation contraire par écrit, Le Mandant accepte que sa raison sociale et le thème des travaux réalisés pour lui par Tritop sarl_Boostacom puissent figurer parmi la liste de références de l'organisme.

Tritop sarl_Boostacom s'engage, par ailleurs, à ce qu'aucune mention ne soit faite des résultats des travaux menés pour le compte du Mandant conformément aux engagements de confidentialité de l'organisme.

X. Loi & différend

1. Seul le droit français est applicable.
2. À défaut d'accord amiable, tout différent persistant sera de la compétence exclusive du Tribunal de Commerce de GRENOBLE même en cas de pluralité de Parties.

Le Mandant convient que tout dédommagement éventuel à son bénéfice ne pourra dépasser le montant effectivement payé dans le cadre de la prestation

boostacom

COMMUNICATION # DIGITAL # FORMATIONS WEB

N'hésitez pas à nous contacter,
pour construire ensemble
votre plan de formation !



☎ 06 26 94 14 19

@ contact@boostacom.fr

🌐 www.boostacom.fr

f /agenceboostacom

boostacom Les Programmes de formation sont régulièrement remis à jour - validité du 30. 06. 2020 au 30. 06. 2021

boostacom est une marque TRITOP sarl - 250 chemin de Seillères - 38160 Chatte - Tel 06 26 94 14 19 - ORGANISME FORMATEUR N° 843 806 495 38 - contact@boostacom.fr - www.boostacom.fr

