



DIGITAL # COMMUNICATION # FORMATION WEB

Catalogue de formations

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

EDITION 2024

organisme formateur n° 843 806 495 38

www.boostacom.fr



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.



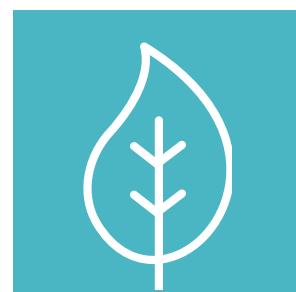
Des tarifs ABORDABLES

Des tarifs étudiés pour permettre à tous de se former.



UNE DÉMARCHE QUALITÉ

Amélioration continue de nos prestations à partir de vos retours à chaud (pendant la formation) et à froid (3 mois après la formation).



ECO-RESPONSABILITÉ

Nos supports et ressources sont fournis sous forme numérique pour réduire la consommation de papier tout en garantissant la traçabilité des documents.



ACCESSIBILITÉ

Nous mettons l'information à portée de tous pour faciliter la compréhension et le passage à l'action.

ORGANISME CERTIFIÉ QUALIOPI

Notre organisme est certifié QUALIOPI depuis le 07/10/2020 au titre de la catégorie Action de formation.

Grâce à cette certification, nous sommes référencés auprès des financeurs publics et paritaires : OPCO, Pôle emploi, Caisse des Dépôts, Régions et Collectivités.

Nos formations sont éligibles à un financement afin que le coût de formation soit pris en charge par les fonds publics (20% à 100 %)



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivante :
ACTIONS DE FORMATION

- Salariés ou indépendants : la demande doit s'effectuer au minimum 6 semaines avant la date prévue de la formation auprès de votre OPCO.
- **Comment connaître vos droits à formation ?** se renseigner auprès de votre comptable pour connaître l'OPCO 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... nous sommes là pour vous aider!

NOTRE ÉQUIPE



CECILE TABARIN

c.tabarin@boostacom.fr
06 26 94 14 19

Digital, marketing & communication, e-commerce
+ de 30 ans d'expérience

- **Experte en :**

Stratégie digitale - E-commerce - Webmarketing - Réseaux sociaux - SEO & écriture web - Marketing - Communication cross-canal - B2B - B2C - SEA

- **Maîtrise marketing et communication**
- **Enseignante en Bachelor et Master I II – matières digitales**
- **Certification SendInblue, certification Hubspot (2021)**



CINDY MARMORAT

c.marmorat@boostacom.fr
06 24 30 72 42

Digital, marketing & communication, e-commerce
+ de 15 ans d'expérience

- **Experte en :**

Stratégie digitale - E-commerce - Webmarketing - Réseaux sociaux - SEO & écriture web - Marketing - Communication cross-canal - SEA

- **Licence Marketing, Communication et Publicité**
- **Certification SendInBlue (2021)**

CATALOGUE DE FORMATIONS



STRATEGIE

- S.2 - Construire sa stratégie digitale
- S.3 - Définir son plan de communication annuel
- S.5 - Définir son identité de marque et élaborer sa stratégie de communication
- S.8 - Pitch : 3 minutes pour convaincre - Construire un pitch



WEBMARKETING

- W.3A - Wordpress 1 : gérer un site vitrine
- W.3B - Wordpress 2 : gérer une e-boutique
- W.5 - Google Analytics : suivre sa performance
- W.6 - SEA Google Adwords : démarrer les achats de mots-clés
- W.7 - SEO : optimiser son référencement naturel
- W.8 - Newsletter : concevoir une newsletter avec BREVO



RÉSEAUX SOCIAUX

- R.1A - Comprendre et démarrer les r. sociaux
- R.2A - Facebook 1 : créer et animer sa page
- R.2B - Facebook 2 : déployer la publicité sur Facebook
- R.3A - LinkedIn 1 : créer et animer sa page
- R.6 - Instagram : créer et animer sa page
- R.7 - YouTube : utiliser la puissance du vidéo marketing



OUTILS

- O.1 - Google Forms : créer une enquête en ligne
- O.2 - Utiliser l'outil collaboratif TEAMS



E-RÉPUTATION

- R.8 - Google My Business, référencement local & marketing des avis
- E.1 - E-réputation : surveiller et renforcer l'image de son entreprise / organisme sur le web



MARKETING ÉDITORIAL

- M.1 - Construire sa stratégie éditoriale sur le web et animer un blog / site vitrine



GRAPHISME

- W.9 - Le picture marketing pour les réseaux sociaux
- W.9B - CANVA : créer des supports print & web
- W.10 - CANVA : créer une vidéo

NOS CLIENTS ONT APPRECIÉ LA FORMATION



“Formation passionnante sur la communication digitale. Cécile partage son expérience et donne des conseils de pro. Je recommande sans hésitation ! - Agnes Surer”

“Grâce à la formation et au travail fait ensemble, nous avons un site dynamique, agréable à parcourir et des compliments de nos clients. Allez y les yeux fermés ! - Dessine moi une brebis”

“Excellente formation avec Cécile, personne dynamique et très impliquée dans son travail. Merci encore pour ces 3 jours de formation très instructifs ! - Elise (Toustocks)”



Consultez notre **enquête globale de satisfaction 2023**

sur www.boostacom.fr !

- . 98 % de clients satisfaits à chaud en 2023
- . 71 % de clients ont à nouveau suivi une formation avec notre OF



STRATEGIE

- Analyser son projet,
- Construire sa stratégie de communication



S.2 – Construire sa stratégie digitale

100% clients
2023 satisfaits

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 consom'acteur 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 :

- **Cerner les enjeux du digital dans sa stratégie** : 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. Les techniques de référencement, clés de la visibilité digitale de l'entreprise. Paid, Owned et Earn Media (POEM), les principes d'acquisition.
- **Evaluer le degré de maturité digitale de son entreprise** : Cartographie du dispositif digital et évaluation de la pertinence de chaque composant. Brainstorming sur les possibilités du digital au sein de son entreprise.
- **Bâtir sa stratégie digitale** : Positionnement de l'entreprise : Benchmark concurrence web, comment le réaliser ? Définition d'objectifs SMART. Mesure de performance – ROI et ROA.
- **Tirer parti des différents canaux** : Cartographier le parcours d'achat et améliorer sa communication à chaque étape.
- **Définition d'un plan d'action**: Actions prioritaires

2 formules

- Atelier partagé > 4 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 14h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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.

7 h



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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



S.3 – Définir son plan de communication annuel

100% clients
2022 satisfaits

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 :

- **Cerner les enjeux de la communication** : les missions, les différents types de plans. Les étapes de la construction d'un plan de com'. 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 budgérer 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

- Atelier partagé > 5 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 1 475 €/pers
- You & me > 17,5h – Juste votre entreprise : 2 425 € pour 1 à 2 pers

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



S.5 – Définir son identité et élaborer sa stratégie de communication

98% clients
2021 satisfaits

Aujourd'hui, nos cibles et partenaires accordent de plus en plus d'attention au sens et aux valeurs de l'entreprise. Il faut se challenger pour construire une promesse à la hauteur de leurs espérances. Quelle est la raison d'être de votre entreprise ? Ses valeurs ? Ses promesses ? Comment les rendre tangibles auprès de vos publics ? Cette formation vous aidera à trouver votre positionnement et à définir votre stratégie globale de communication.

Objectifs

- Définir les valeurs et la raison d'être de son entreprise/organisation, cerner ses forces et ses faiblesses
- Connaître ses cibles et formuler son positionnement
- Définir ses orientations stratégiques de communication

Contenu pédagogique :

- **Comprendre le rôle de la communication**
- **Définir ses valeurs et sa raison d'être** : définition de ses valeurs, formalisation de sa raison d'être, alignement des valeurs avec la réalité opérationnelle. > Ex pratiques : pentagramme des valeurs, matrice du partage des valeurs
- **Formuler son positionnement** : le triangle du positionnement, : produits / concurrence / cibles
- **Connaître son entreprise/association** : analyser ses forces & faiblesses de façon objective (SWOT)
- **Identifier ses cibles et comprendre leur attente** : identification et compréhension. Ex. pratique : fiche persona
- **Définir sa stratégie de communication** : objectifs de communication, préconisations stratégiques, quel canal pour quel objectif ?
- **Faire le bilan de sa communication et définir les actions prioritaires** : Ex. pratique : quick audit des supports de communication. Analyse de la stratégie créative, définition des supports à faire évoluer ou créer,
- **Calculer le budget de communication annuel** : méthode de calcul, Ex. pratique matrice du dispositif de communication optimisé (print et web)

2 formules

7 h



- Atelier partagé > 7 h - Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7 h - Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



S.8 – Pitch : 3 minutes pour convaincre

100% clients
2022 satisfaits

Vous avez moins de 3 minutes présenter votre activité, votre entreprise, votre produit ?! En s'inspirant des techniques du pitch, cette formation vous permettra d'acquérir les outils nécessaires pour parvenir à une présentation courte et percutante et convaincre votre interlocuteur.

Objectifs

- Comprendre les enjeux d'une communication "minutée"
- Savoir identifier les attentes de son interlocuteur
- Construire un argumentaire clair et percutant, en mettant en valeur son produit
- S'exprimer à l'oral, capter l'attention et créer du lien avec son auditoire

Contenu pédagogique :

- **Préparer son intervention** : Comprendre les enjeux du pitch et le mécanisme de l'attention. Identifier la situation de communication (méthode DDDD). Cerner vos cibles, leurs motivations et leurs freins à lever. Identifier les informations importantes et le message clé à faire passer.
>> Travaux pratiques : *brainstorming - Fiche persona.*
- **Construire son pitch** : Connaitre les modèles et outils du pitch. Définir son objectif et le ton adapté. Faire le plan. Rédiger le pitch (méthodes d'écriture QQQQCP, questions/réponses, images...). Choisir les bons mots, travailler son introduction et sa conclusion, prévoir les objections.
>> Travaux pratiques : *Rédaction du pitch par groupe de 2.*
- **Répéter et présenter son pitch** : Techniques de narration orale. Utiliser le regard, le silence, la gestuelle. Transposer son pitch en expression verbale vivante.
>> Travaux pratiques : *Répétition du pitch, présentation du pitch. Debriefing collectif et bienveillant.*

3 formules

- **Atelier partagé** > 7H – Multi-entreprises : 590 €/pers
- **You & me** > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers –
- **Groupe entreprise** > sur devis

Public  Toute personne devant présenter à l'oral un produit. 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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



OUTILS

Utiliser les outils



O.1 – GOOGLE FORMS : concevoir une enquête en ligne

88% clients
2019 satisfaits

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.
- Traiter et analyser les résultats

>> A la fin de la formation, le stagiaire saura rédiger un questionnaire, construire une enquête en ligne et exploiter ses résultats.

Contenu pédagogique :

- **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 sous Google Forms** : Saisie des questions / Test
- **Traiter et analyser les résultats de son enquête en ligne** : Extraction / Analyse / Synthèse / Diagnostic et recommandations.
- **Travaux pratiques** : créer une enquête en totale autonomie.

2 formules

- **Atelier partagé** > 7h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- **You & me** > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

7 h

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



O.2 – Utiliser l'outil collaboratif TEAMS

88% clients
2019 satisfaits

Teams est l'outil dédié au travail collaboratif dans Microsoft 365®.

Il permet de faire des discussions de groupe, réunions en visioconférence, partages de fichiers, de notes, d'outils, d'applications...

Objectifs

- Cerner les usages et le potentiel de Teams
- Créer une équipe Teams dédiée à un projet, à un service
- Utiliser les outils de communication et de partage

>> A la fin de la formation, le stagiaire saura utiliser team pour mieux collaborer et gagner en efficacité collective (par messagerie instantanée et par visio).

Contenu pédagogique :

- **Découverte de l'outil** : les usages et le potentiel de Teams / Les fonctionnalités / Modifier les paramètres de l'application
- **Echanger avec Teams** : intégrer une équipe / Participer à une discussion / Crée un canal pour communiquer sur un sujet ciblé / Partager des éléments / Participer à une visioconférence
- **Conseils pour travailler plus intelligemment** : Bonnes pratiques et astuces

3 formules

- **Atelier partagé** > 3,5h - Plusieurs entreprises : 295 €/pers
- **You & me** > 3,5h – Juste votre entreprise : 485€ pour 1 à 2 pers
- **Groupe entreprise** > sur devis

3,5 h

Public  Toute personne devant échanger à distance.
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 ou 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



WEBMARKETING

- Comprendre les usages sur internet
- Développer sa présence digitale



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

99% clients
2023 satisfaits

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

1. Maîtriser l'interface Wordpress et ses différentes fonctionnalités
2. Mettre à jour son site : photos, contenu dans les pages
3. Rédiger et publier une actualité sous Wordpress
4. Optimiser le référencement de son site internet

Contenu pédagogique :

- **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
- **Fonctionnalités spécifiques de Wordpress** : SUR MESURE EN FONCTION DE CHAQUE SITE
- **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
- **Le blog** : rédiger un article / Publier ou programmer un article / Exercice : *rédiger et publier un article*
- **Travailler le référencement** avec Yoast SEO
- **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

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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

7h 

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir un site internet Wordpress. Avoir un compte YouTube et ses identifiants d'accès si le site contient des vidéos
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



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

100% clients
2020 satisfaits

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 :

- **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

- Atelier partagé > 3 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 885 €/pers
- You & me > 10,5h – Juste votre entreprise : 1 455 € pour 1 à 2 pers

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** : Exposés, suivis de travaux d’application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l’après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d’exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d’attestation de fin de formation
- **Moyens d’évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l’inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



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

100% clients
2021 satisfaits

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 :

- **Comprendre l'Analytics** : métriques de volume, métriques d'intérêt; vocabulaire du trafic manager
- **Google Analytics** : créer et paramétrier 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 BtoB et BtoC
- **Définir ses objectifs Analytics**
- **Paramétrier Google Analytics** : paramétrier un rapport automatique / associer Google Analytics et Google Adwords.

2 formules

- Atelier partagé > 2 x 3,5h - Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h - Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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

7h 

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



W.6 – SEA Google Adwords : démarrer l'achat 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
- Incrire vos campagnes Adwords dans votre stratégie globale de trafic

Contenu pédagogique :

- **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'atterrissement (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** : paramétriser un rapport automatique / associer Google Analytics et Google Adwords. Suivi des indicateurs.

2 formules

- Atelier partagé > 4 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 1180 €/pers
- You & me > 14h – Juste votre entreprise : 1 940 € pour 1 à 2 pers

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

14h

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



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

96% clients
2023 satisfaits

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

1. Identifier les éléments du référencement (SEO) et leurs implications dans le succès d'un site internet
2. Mémoriser les bonnes pratiques d'écriture web optimisées pour Google
3. Choisir les bons mots clés et savoir rédiger pour le web
4. Analyser l'efficacité de son référencement SEO

Contenu pédagogique :

JOUR 1 - 7h

- **Le référencement** : Définition et lexique / Les enjeux / Fonctionnement des moteurs de recherche / L'algorithme Google / Fonctionnement des internautes / SEO VS SEA
- **Les composantes du référencement naturel** : Connaître les principales composantes du référencement naturel / L'importance de Google My Business / L'importance du blog / L'expérience utilisateur / Off site / Robots / Cas particulier : site E-commerce
- **SEO & Stratégie de contenu** : Les différents types de requêtes / Les différents types de résultats de la SERP / Les différents types de contenus
- **La recherche de mots clés** : Les outils / Les différentes catégories de mots clés / Evaluer l'intérêt des mots clés / La stratégie de mots clés / Exercice : recherche de mots clés

JOUR 2 - 7h

- **Ecriture web** : Rédiger correctement pour google / Renseigner les balises SEO
- **Cas pratique** : Exercice pratique d'écriture web optimisée pour le référencement
- **Correction du cas pratique et intégration** sur Wordpress
- **Analyse des performances** : Quel résultat attendre / Les outils de performance / Les outils d'audit



1 seule formule

- You & me > 7h + 2x3,5h – Juste votre entreprise : 1940 € pour 1 à 2 pers

Public



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

14 h



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 discontinu.
- **Moyens Pédagogiques** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



W.8 – Newsletter : concevoir avec Sendinblue

100% clients
2021 satisfaits

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 Sendinblue pour créer et envoyer son emailing
- Analyser les retombées de son emailing

Contenu pédagogique :

- **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 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

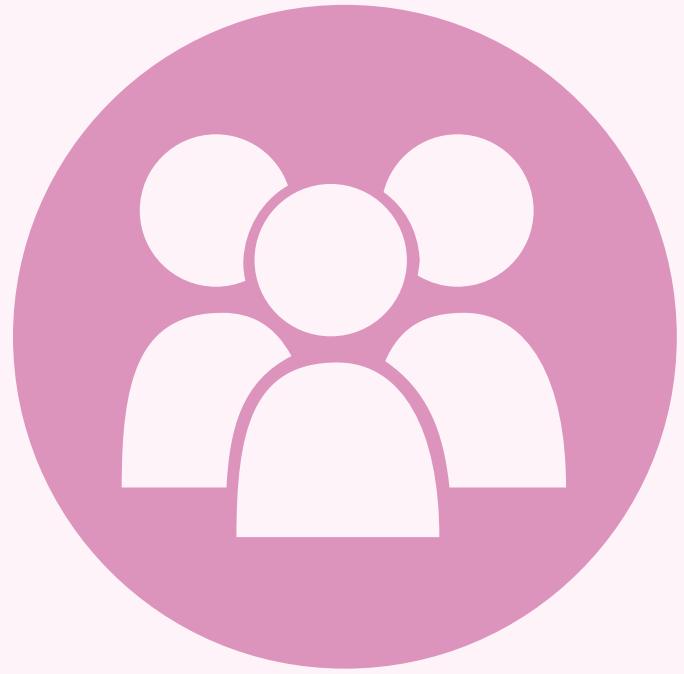
- Atelier partagé > 4 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 1180 €/pers
- You & me > 14h – Juste votre entreprise : 1 940 € pour 1 à 2 pers

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

14 h

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



RÉSEAUX SOCIAUX

- Comprendre les réseaux sociaux
- Utiliser les réseaux sociaux en mode professionnel



R.1A- Comprendre et démarrer les réseaux sociaux

97% clients
2023 satisfaits

Aujourd'hui, 78% des Français utilisent les réseaux sociaux, 4 milliards de vidéos sont visionnées chaque jour sur YouTube, et 80% des entreprises utilisent le « Social Media » pour recruter. « Fish where the fishes are »... désormais, nos clients et prospects sont sur les réseaux sociaux. Que l'on soit une entreprise BtoC ou BtoB, bien connaître les réseaux sociaux et leurs usages est incontournable pour développer son activité.

Objectifs

1. Identifier les enjeux du digital et des médias sociaux
2. Maîtriser le vocabulaire des réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
3. Choisir le réseau social adapté à ses objectifs de communication
4. Mémoriser les bonnes pratiques

Contenu pédagogique :

- **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 / Législation en vigueur
- **Rôle des réseaux sociaux** : Impact des réseaux sociaux sur la stratégie digitale et le référencement / Le social gaming / Le Social Shopping. / Générer des leads en BtoB avec les médias sociaux.
- **Cartographie des media sociaux** : Facebook, Google My Business, Twitter, Linkedin, Pinterest, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok. / Quel réseau social pour quelle utilité ? / *Exercice : définir les réseaux adaptés à mon cas d'entreprise*
- **Les essentiels du post Social Media** : Trouver le ton juste / Ecrire vite et bien / Le pouvoir des images et de la vidéo : Canva / Bonnes pratiques de publication / *Exercice : créer un post Facebook et/ou LinkedIn*
- **Optimiser et mesurer la performance des actions** : les outils malins / Les indicateurs de performance des réseaux

2 formules

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi.
 Toute personne animant des réseaux sociaux.

7h

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte Facebook personnel
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



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.

100% clients
2022 satisfaits

Objectifs

1. Identifier le fonctionnement et l'utilisation de Facebook en tant que professionnel
2. Paramétriser et renseigner sa page professionnelle
3. Publier, partager, programmer des posts
4. Agrandir sa communauté
5. Savoir mesurer la performance de ses actions sur Facebook

Contenu pédagogique :

- **Rôle des réseaux sociaux :** les réseaux dans le dispositif digital / Législation des réseaux
- **Présentation de Facebook :** Facebook aujourd'hui / Avantages et limites / Visibilité et algorithme de Facebook
- **Auditer et paramétrier ma page :** Différence profil perso, page pro, groupe / Configuration de la Page entreprise / Présentation de l'interface et navigation / *Exercice : compléter sa page professionnelle*
- **Publier sur Facebook :** Quels sujets choisir ? / Bonnes Pratiques / Fonctions de publications et programmation (Meta Business Suite) / Outils malins / *Exercice : créer et programmer un post*
- **Gérer sa communauté :** les méthodes pour développer la communauté / Répondre aux commentaires / *Exercice pratique : agrandir sa communauté*
- **Mesurer la performance de ses actions :** Identifier les métriques principales / Les fonctions de statistiques sur Facebook et Meta Business Suite / Identifier le profil de vos abonnés / *Exercice : analyser le taux d'engagement de vos publications du dernier mois*

2 formules

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi.
 Toute personne animant des réseaux sociaux.

7h

Organisation pédagogique

- **Prérequis :** Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte Facebook personnel actif, avoir créé sa page professionnelle 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 :** Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques :** wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement :** formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution :** Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation :** Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



R.2B – Facebook 2 : déployer la publicité sur Facebook

94% clients
2020 satisfaits

Depuis plusieurs années, Facebook déploie une série de fonctionnalités publicitaires. 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

- Appréhender les Facebook Ads et les différents formats publicitaires sur Facebook
- Créer et gérer un compte Meta Business Manager
- Créer une campagne publicitaire et paramétrier ses audiences
- Analyser les résultats de ses Facebook Ads

Contenu pédagogique :

- **Les points clés de la publicité Facebook**: catégories de publicité, options de ciblage, structures de campagnes, fonctionnement de la facturation, règles relatives à la publicité.
- **Créer ou contrôler un compte Meta Business Manager** : paramètres, configuration de la facturation, ajouter un compte Instagram, accorder des droits.
- **Paramétrier sa campagne Facebook Ads** : les différents types d'objectif publicitaire, compléter les informations de campagne, les différents formats de ciblage (géographique, démographique, avancé), choisir un budget et un calendrier. Les différents types d'emplacement.
- **Créer sa publicité** : choisir le format (image, carrousel, video, collection) ajouter un Instant Expérience, créer le contenu. Exemples de publications sponsorisées.
- **Mesurer les résultats** : métriques clés, tableau de suivi, créer un rapport publicitaire

2 formules

- Atelier partagé > 7 h - Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public  Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant des réseaux sociaux.

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte LinkedIn 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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



R.3A – LinkedIn 1: Crée et animer son compte personnel

LinkedIn, réseau social professionnel est un réseau en développement très efficace pour renforcer son image d'expert, être visible, recruter...
Une formation pour prendre en main LinkedIn, ses codes, usages et fonctionnalités

Objectifs

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

Contenu pédagogique :

- **Présentation LinkedIn** : Chiffres clés / Quelle utilisation pour quel objectif : mode passif, réactif, actif / Usages du profil personnel, du compte premium, de la page entreprise
- **Optimiser son profil** : Définir ses forces clés / Mettre en valeur son profil professionnel / Paramétrier son profil LinkedIn. / Principales fonctionnalités /
- **Construire son réseau** : Qui inviter ? Comment inviter ? Faire des recommandations ? Evaluation de la force de son profil (SSI)
- **Publier du contenu impactant** : Stratégie de contenu / 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 / La publicité sur LinkedIn
- **Se fixer des objectifs et suivre les résultats**

 **2 formules**

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi.
 Toute personne animant des réseaux sociaux.

 **Organisation pédagogique**

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte LinkedIn 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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



R.3B – LinkedIn 2 : déployer la publicité sur LinkedIn

Prospecter sur LinkedIn ? C'est possible en utilisant ses multiples fonctionnalités, un compte premium ou des plateformes relais spécialisées.
Devenez expert sur LinkedIn et développez vos actions de prospection.

98% clients
2020 satisfaits

Objectifs

- Connaître les options payantes de LinkedIn : sales solutions, marketing solutions
- Identifier les points clés de la publicité sur LinkedIn
- Créer son compte publicitaire et paramétriser ses audiences
- Construire ses campagnes de publicité et en mesurer les résultats

Contenu pédagogique :

- **Les points clés de la publicité LinkedIn** : formats de publicité, options de ciblage principales, structures de campagnes, fonctionnement des enchères, règles relatives à la publicité.
- **Le compte LinkedIn Campaign Manager** : paramètres, configuration de la facturation, ajout utilisateur et rôle.
- **Paramétriser sa campagne publicitaire** : groupe de campagnes, objectif publicitaire, audience, diffusion, budget, programmation, résultats prévisionnels.
- **Créer sa publicité** : création, format (usage des différents formats), ciblage, budget et enchères. Exemples de publications sponsorisées, exemple d'Inmail.
- **Créer une newsletter** dans LinkedIn
- **Mesurer les résultats** : indicateurs, tableau de suivi, le rapport publicitaire

2 formules

- Atelier partagé > 7h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant des réseaux sociaux.

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte LinkedIn 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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



R.3C– LinkedIn 3 : prospector avec Sales Navigator

Formule Premium de LinkedIn, Sales Navigator est une plateforme de prospection liée tout ce qui vous aide pour trouver de nouveaux clients : une base de données enrichie en temps réel et les moyens pour créer une relation avec vos clients potentiels

Objectifs

- Comprendre la notion de social selling sur LinkedIn et Sales Navigator
- Connaître les bonnes pratiques pour booster la visibilité de son profil sur LinkedIn
- Savoir utiliser la plateforme Sales Navigator et ses fonctionnalités
- Maîtriser la recherche de prospects et la prise de contact avec Sales Navigator

Contenu pédagogique :

- **Le social selling avec Sales Navigator :** la puissance de LinkedIn, le social selling, pourquoi choisir Sales Navigator, optimiser son profil (construction du profil, réseau, SSI), développer sa visibilité avec les publications.
Exercice pratique : calculer son SSI, analyser son profil et ses pratiques LinkedIn
- **Prospecter avec Sales Navigator :** paramétrier son compte Sales Navigator, utiliser le moteur de recherche (recherche boléenne, recherche avancée avec filtres), exploiter les résultats, créer et gérer les listes (comptes VS prospects), gérer les alertes.
Exercice pratique : faire une recherche avancée, créer une liste de prospects
- **Contacter les prospects identifiés :** comment se mettre en relation, les techniques des Inmail, engager ses prospects et entretenir sa relation, le lead nurturing.
Exercice pratique : rédiger et envoyer un Inmail
- **Aller plus loin dans le social selling :** liste des bonnes pratiques Sales Navigator, exploiter Sales Navigator dans sa routine commerciale, l'appli mobile Sales Navigator, autres outils d'intégration,

3 formules

- Atelier partagé > 7h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers
- Groupe entreprise > sur devis

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant des réseaux sociaux.

Organisation pédagogique

- **Prérequis :** Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte LinkedIn personnel actif, avoir effectué la formation LinkedIn 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 :** Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques :** wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement :** formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution :** Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation :** Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



R.6 – Instagram : Créer et animer sa page

100% clients
2023 satisfaits

Instagram est le réseau social d'influence sur smartphone, qui repose sur le visuel avant tout et s'adresse à une cible jeune.
Apprenez 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 :

- **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** : Crédit 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

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi.
 Toute personne animant des réseaux sociaux.

7h 

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte Instagram 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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



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

YouTube est le réseau social d'influence vidéo par excellence. Apprendre à l'utiliser, optimiser la diffusion d'une vidéo, lancer une campagne de publicité ou identifier les influenceurs sont autant d'actions, qui permettront d'augmenter votre visibilité et votre référencement.

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 :

- **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)

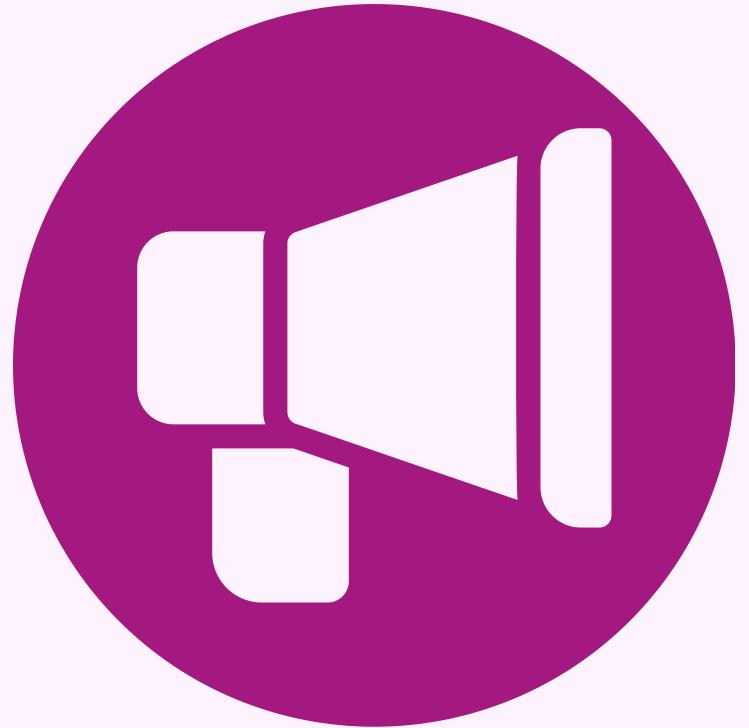
 **2 formules**

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi.
 Toute personne animant des réseaux sociaux.

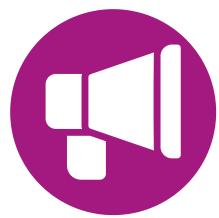
 7h **Organisation pédagogique**

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Posséder un compte YouTube personnel actif, créer sa page avant la séance si elle n'existe pas. Avoir les identifiants d'accès au compte
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



E-RÉPUTATION

Gérer et valoriser sa e-réputation



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

YouTube est le réseau social d'influence vidéo par excellence. Apprendre à l'utiliser, optimiser la diffusion d'une vidéo, lancer une campagne de publicité ou identifier les influenceurs sont autant d'actions, qui permettront d'augmenter votre visibilité et votre référencement.

Objectifs

- Comprendre le rôle des avis dans la stratégie digitale
- Découvrir le fonctionnement de Google My Business et savoir compléter sa fiche
- Savoir gérer ses avis

Contenu pédagogique :

- **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. Risques potentiels.
- **Fondamentaux de Google My Business** : Caractéristiques / Référencer ses adresses et ses localisations sur Google / La vitrine de son entreprise / / Améliorer son référencement local
- **Créer et optimiser sa fiche Google My Business** : Choisir les bonnes photos / S'enregistrer avec des points de vente multiples / Publier du contenu / Intégrer Google Maps
- **E-reputation** : Répondre à un avis positif / Répondre à un avis négatif / Mettre en place un dispositif de veille.
- **Mesurer la performance de ses actions** : Statistiques

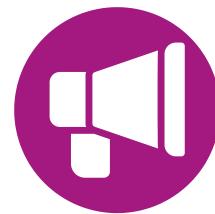
 **2 formules**
 7 h

- Atelier partagé > 2 x 3,5h - Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h - Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

Public  Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant des réseaux sociaux.

 **Organisation pédagogique**

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. Avoir ouvert sa page Google My Business avant la séance.
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



E. 1 – E-réputation : contrôler l'image de son entreprise sur le net

100% clients
2021 satisfaits

A l'heure où l'un des premiers réflexes que nous avons en rencontrant une nouvelle personne est de la "Googliser", une attention particulière doit être portée à votre image sur le web, que ce soit en tant qu'individu ou en tant qu'entreprise. Comment maîtriser les informations disponibles ?

Comment gérer les informations rédigées sur vous sans votre consentement ?

Objectifs

- Comprendre la problématique de l'e-réputation
- Apprendre à surveiller son image, organiser sa veille d'e-réputation
- Savoir réagir en cas de crise

Contenu pédagogique :

- **Introduction** : Définition de l'e-réputation / Les différents moyens de com' sur le web / Les modes de consommation du media internet / L'avènement du "consomm-acteur" / Le nouvel enjeu « l'attention marketing » / *Je mesure de la e-réputation et force de l'identité numérique avec un grille d'analyse*
- **E-réputation et réseaux sociaux** : Les grands usages des réseaux sociaux et leurs tendances actuelles. / Le poids des Google avis : focus Google My Business / Le rôle des salariés et les risques potentiels / Droit d'auteur, propriété intellectuelle, droit à l'image sur Internet. / Les aspects juridiques de l'e-réputation. *Analyse de ses pratiques social media*
- **Maîtriser sa visibilité personnelle** : Je ne veux pas être visible / Maîtriser l'information personnelle accessible via Facebook, Linkedin. *Analyse des paramétrages de ses comptes FB et LK*
- **Organiser sa veille d'e-réputation** : Surveiller ce qui se dit sur vous / Mettre en place une veille active, analyser, engager la conversation / Outils de veille (gratuits et pro). *Paramétrage Google Alerts*
- **Gérer et renforcer sa e-réputation** : Comment utiliser son droit de réponse, savoir répondre aux avis et commentaires / Comment "noyer" les retours négatifs et utiliser à son avantage le référencement. L'impact sur votre "réputation Google" / Prévoir la gestion d'une crise ou d'un bad buzz (l'organisation, les rôles, les mots de passe) *Faire une réponse à un commentaire négatif - Répondre à un commentaire Google My Business (positif)*



2 formules

7 h

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



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 :

- 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

- Atelier partagé > 2 x 3,5h - Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h - Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



GRAPHISME

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



W.9 – Communiquer par l'image sur les réseaux : Le picture marketing

93% clients
2021 satisfaits

La place de l'image est prépondérante sur Internet. Une bonne image génère de l'engagement.

Acquérir les fondamentaux de la prise de vue et du marketing par l'image pour être plus performant dans sa communication en ligne.

Objectifs

- Identifier les leviers de communication par l'image
- Apprendre les bonnes pratiques de la prise de vue et de la retouche
- Connaître les outils malins de retouche d'image
- Comprendre le picture marketing et créer un contenu adapté pour les réseaux sociaux
- Créer un univers graphique correspondant à l'entreprise

Contenu pédagogique :

- **Fondamentaux de l'usage de l'image sur internet** : Panorama de l'usage de l'image sur internet / vue d'ensemble des formats utilisés / Choisir les bons formats et les bonnes résolutions.
- **Législation et règlementation de l'image** : Création, retouche, utilisation, partages / Législation du droit à l'image / Banques d'images gratuites et achat d'images. / *Exercice pratique : recherche d'image libre de droit*
- **La prise de vue la retouche d'image** : La prise de vue : règles à respecter pour une image de qualité. / Symbolique des couleurs / Retouche d'image : applis phares et iloveimg / *Exercice pratique : prise de vue et retouche*
- **Mon image et les réseaux sociaux** : Mettre en scène son image pour un post : bonnes pratiques et mise en forme avec Canva . Créer un univers de marque. Exercice pratique : création d'un post
- **La vidéo** : pourquoi et comment ? Règles à respecter / Videos libre de droits / Applis video phares / *Exercice pratique : utilisation d'une plateforme video*

2 formules

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

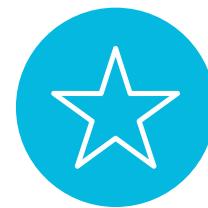
Public

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

7 h

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet, le traitement des images
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



W.9 BIS – CANVA : créer des supports de communication

100% clients
2023 satisfaits

La place de l'image est prépondérante depuis l'avènement Internet, une communication efficace et essentielle est nécessaire au développement de l'entreprise. Cette formation vous permettra d'acquérir les fondamentaux du picture marketing et de la création graphique pour concevoir des supports de communication avec Canva.

Objectifs

- Identifier les leviers de la création graphique et du picture marketing
- Connaître les principes de base de la mise en page
- Savoir créer un support de communication (print & web) avec Canva

Contenu pédagogique :

- **Identifier les besoins en communication et choisir le bon support** : Questions préalables à se poser / Choisir le support adapté à son objectif et son budget / Les différents supports de communication / Vue d'ensemble des formats utilisés / Législation du droit à l'image / Banques d'images gratuites et achat d'images / Mentions légales obligatoires
- **Les fondamentaux de la création graphique** : Les couleurs / Les typos / Les formes / La hiérarchie visuelle / Les images et les résolutions / La mise en page / L'identité de marque / Les étapes de création / Principes graphiques
- **Présentation de l'interface Canva** : Présentation de l'interface / Organisation des dossiers / Bibliothèque de modèles / Bibliothèque de photos / Les fonctions et formats d'export / Les fonctions de partage réseaux / La gestion de la charte graphique
- **Fonctions de création sur Canva** : La gestion des formats / La retouche et les fonctions d'image / Les effets sur les textes / Les fonctions de la grille de mise en page / Les fonctions d'animation / Exporter un document pour imprimer / Modifier un pdf
- **Exercice pratique** : créer un flyer / créer une image de post FB

2 formules

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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. Avoir pris un compte CANVA PRO pour un mois
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations



W.10 – CANVA : créer une vidéo

99% clients
2023 satisfaits

L'utilisation de la vidéo en ligne a été multipliée par 15 en 5 ans seulement. Aujourd'hui, diffusée sur les réseaux sociaux, Youtube ou le site internet, elle joue un rôle important dans le dispositif de communication. Cette formation vous permettra d'acquérir les fondamentaux de la création vidéo avec Canva PRO.

Objectifs

- Connaitre les différents types de vidéo à usage professionnel et promotionnel
- Connaitre les bonnes pratiques de tournage avec son smartphone (intérieur et extérieur)
- Savoir importer, monter et animer une video avec Canva PRO

Contenu pédagogique :

- **Les différents types de video à usage professionnel** : format et durée, canaux de diffusion, bonnes pratiques, points de législation.
- **Gérer un projet vidéo** : Faire appel à un professionnel VS faire soi-même / préparer son sujet (scénario, plan de tournage).
- **Tourner la vidéo** : Les bonnes pratiques de tournage
- **Monter et animer la video** : Les fonctions vidéo et animation sur Canva
- **Exercice pratique** : tournage d'une video avec son smartphone - montage de la vidéo sur Canva

Option possible 1/2 journée supplémentaire (+ 350 €)

. Intégrer, diffuser et référencer sa video sur Youtube

2 formules

- Atelier partagé > 2 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 590 €/pers
- You & me > 7h – Juste votre entreprise : 970 € pour 1 à 2 pers

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

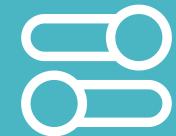
7h

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet. **Avoir pris un compte CANVA PRO pour un mois. Avoir un smartphone.**
- **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** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations

TARIFS

Nos formations sont éligibles à un financement, avec montage d'un dossier de formation pour une demande de prise en charge.



**2 types d'apprentissage
2 formules tarifaires**

**ATELIER
PARTAGÉ**

7 à 14h

**Plusieurs entreprises
ensemble**



Découvrez nos ateliers partagés : plusieurs entreprises sur un même sujet, traitée en 1 à 2 séances.
Groupe 3 à 8 personnes.

590 € / personne et par jour

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

Financement OPCO sur demande

3 participants minimum

YOU & ME

7 à 14h

**En face à face,
centré sur vos besoins**



Au cœur de vos besoins : une formation ultra personnalisée, concentrée sur vos attentes spécifiques.
De 1 à 2 personnes. Sur site client.

970 € / jour

pour 1 à 2 personnes d'une même entreprise
(au delà : nous consulter)

Financement OPCO sur demande

100% personnalisé

LES ÉTAPES DE VOTRE PROJET DE FORMATION

1	Analyse des besoins	Par téléphone ou en RDV, nous recevons votre demande de formation (en présentiel ou distanciel) et évaluons vos besoins	Jour RDV
2	Programme personnalisé - Devis	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 qui vous sera rendu en fin de formation.	Délai 5 j
3	Convention de formation	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 faite par internet.	Délai 3 j
4	Accord de financement	Votre organisme financeur examine votre demande valide votre dossier et vous notifie le montant subventionné.	Délai 30 j
5	Test de positionnement et conception de la formation	Pour concevoir le contenu de la formation au plus près de vos besoins, nous évaluons en amont le niveau des participants sur le sujet de formation et les attentes de chacun. Ainsi, nous envoyons un questionnaire global à l'entreprise un quiz d'évaluation et un questionnaire sur les attentes à chaque participant.	3 semaines AVANT la formation
6	Début de la formation	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. Quelques jours avant la formation, vous recevez : <ul style="list-style-type: none">• dans le cadre d'une session en distanciel, nous vous transmettons le lien visio et les identifiants pour accéder à la plateforme pédagogique• dans le cadre d'une session en présentiel, nous vous transmettons le plan d'accès pour accéder à la salle de formation	Jour J
7	Fin de la formation	Le formateur vous remet un tutoriel (support projeté), des fiches outils et une attestation de formation, concernant les compétences acquises.	Jour J
8	Evaluez votre progression	A la fin de la formation, vous réalisez un test d'évaluation des acquis (quiz en ligne).	Jour J
9	Transmettez vos appréciations	À l'issue de la formation, remplissez le questionnaire de satisfaction (en ligne), dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue.	Jour J
10	Envoi de l'attestation de fin de formation	Le financeur de votre formation recevra un certificat de réalisation ainsi que la facture.	
11	Evaluation de l'impact	90 jours après la formation, l'entreprise est interrogée pour connaître l'impact de la formation via un questionnaire spécifique, pour le stagiaire et pour le prescripteur.	90 jours APRES la formation
12	Des questions ?	N'hésitez pas à contacter Marie BERTRAND : m.bertrand@boostacom.fr ou au 06 29 02 20 84.	

CHIFFRES CLES

12 ans
d'expertise comme
organisme de formation

60
stagiaires entreprises
en 2023

764
abonnés sur Facebook
 [@agenceboostacom](https://www.facebook.com/agenceboostacom)

360 h
de formation dispensées
en 2023

1 379
stagiaires formés
depuis 2017

23
sessions de formation
en 2023

685
abonnés sur LinkedIn
 [@agenceboostacom](https://www.linkedin.com/company/agenceboostacom)

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Chambres de Commerce et de l'Industrie, Grandes Ecoles d'enseignement supérieur, Centre de formation pour entreprises (CNAM, CIEFA...), autant d'établissements ou d'organismes qui nous font confiance.

De nombreuses PME font également appel à nous pour la formation de leurs équipes.



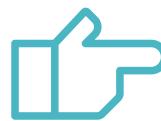
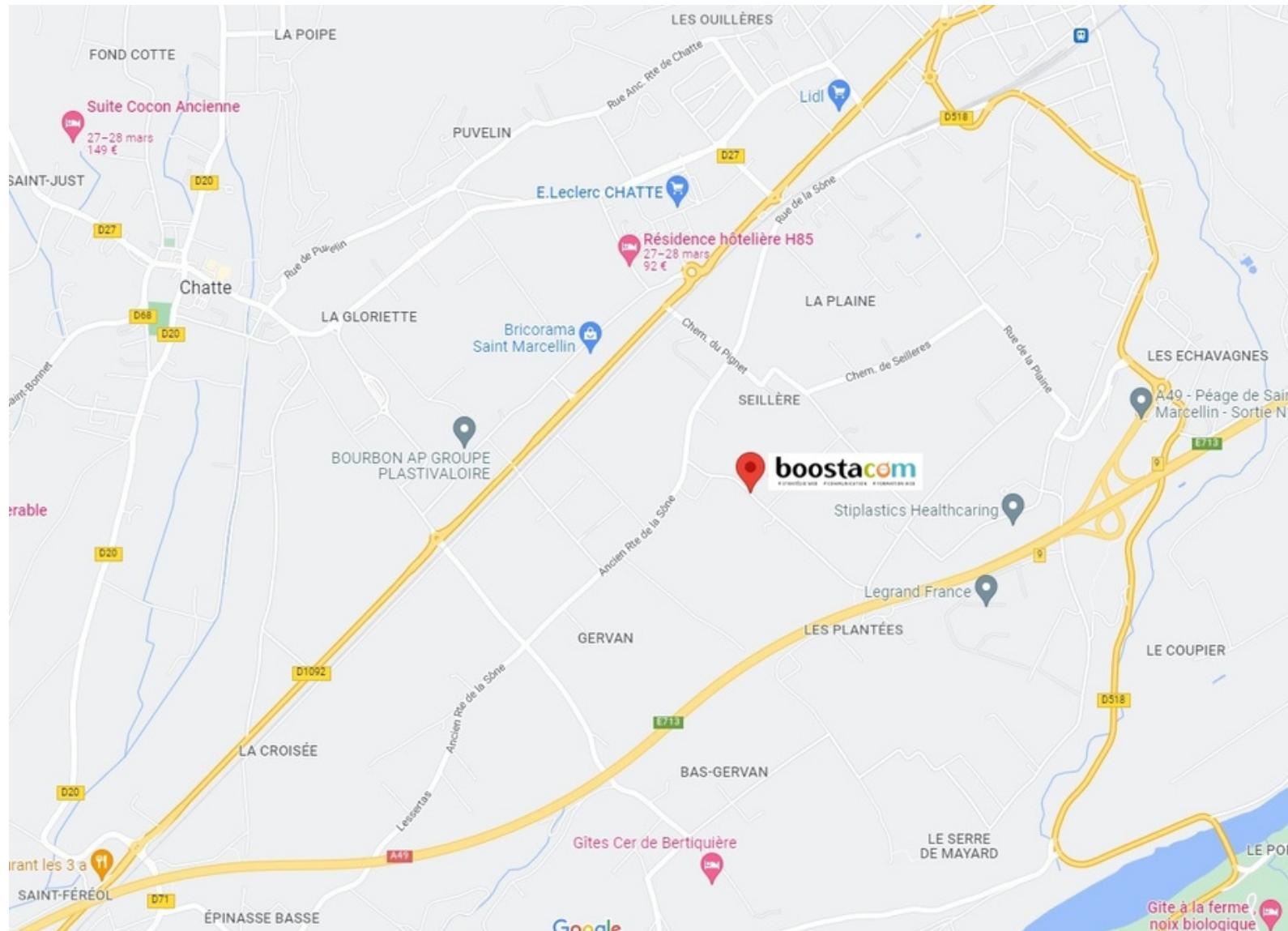
Web
International
School



...ainsi que de nombreuses PME !

ACCESSIBILITE & SALLES ADAPTÉES

BOOSTACOM : 250, Chemin de Seillères – 38160 Chatte



Prévenez-nous avant la formation, nous organiserons votre venue logistique si nécessaire.

PLUSIEURS SALLES DE FORMATION

ACCÈS ADAPTÉ :

Nos salles de formation disposent d'un accès aux personnes à mobilité réduite et de places de parking spécifiques.



SALLES ÉQUIPÉES :

Elles sont toutes connectées par le wifi et équipées d'un vidéoprojecteur, d'un grand écran et d'un paperboard. Tables et chaises suffisantes, installation modulable pour du travail de groupe le cas échéant.

Sur demande, nous pouvons vous fournir un ordinateur portable et des rallonges électriques pour le suivi de la formation.

RESTAURATION :

Les stagiaires déjeunent traditionnellement, avec leur groupe et leur formateur, dans une brasserie à proximité. Possibilité de commander des plats en livraison dans divers points de restauration rapide à proximité.

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.

Nous mettrons tout en œuvre pour nous adapter à toute forme de handicap et améliorer l'accessibilité : organisationnelle, technique, physique, pédagogique des stagiaires en situation de handicap.
(Déroulé possible de la formation dans une salle tout équipée en rez-de-chaussée, conforme aux normes de sécurité sur l'accueil du public.)

*Plus d'informations auprès de Ressources Handicap Formation - Responsables en AURA : Isabelle GRUYELLE et Marie-Pierre BAROT
rhf-ara@agefiph.asso.fr*



m.bertrand@boostacom.fr



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

COMMENT FINANCER UNE FORMATION ?

SALARIE(E)	FONCTION PUBLIQUE	DEMANDEUR D'EMPLOI	INDÉPENDANT – LIBÉRAL
<p>En tant que salarié, vous avez la possibilité de demander à votre direction d'inscrire votre demande de formation dans le plan de développement des compétences de l'entreprise.</p> <p>Financement possible par l'OPCO de l'entreprise.</p>	<p>>> <i>agent de la fonction publique d'État, territoriale ou hospitalière, fonctionnaire ou contractuel</i></p> <p>Vous pouvez demander à suivre une formation dans le cadre du plan de formation de votre administration ou de votre collectivité territoriale de rattachement.</p> <p>> Agents de l'État : la formation doit correspondre à « des nécessités du fonctionnement du service ».</p> <p>> Agents des collectivités territoriales : la formation doit correspondre à une « formation de perfectionnement » et avoir pour objet de permettre le développement des compétences ou l'acquisition de nouvelles compétences.</p> <p>> Agents de la fonction publique hospitalière : la formation doit correspondre à une action liée au développement ou à l'acquisition de connaissances ou compétences.</p>	<p>En tant que demandeur d'emploi inscrit à France Travail (anciennement Pôle emploi), vous pouvez demander à faire figurer une ou plusieurs formations dans votre projet personnalisé d'accès à l'emploi (PPAE).</p> <p>Possibilité de vous accorder une aide financière pour couvrir le coût pédagogique de formation.</p>	<p>>> <i>travailleur indépendant, membre des professions libérales, commerçant, micro-entrepreneur</i></p> <p>Possibilité de bénéficier d'une prise en charge financière de votre formation auprès de l'organisme qui gère votre contribution à la formation professionnelle.</p> <p>Cet organisme est différent selon votre statut :</p> <p>> Agefice : Association de gestion du financement de la formation des chefs d'entreprise (travailleurs indépendants, commerçants, micro-entrepreneurs) ;</p> <p>> FIF-PL : Fonds interprofessionnel des professionnels libéraux (hors médecins) ;</p> <p>> FAF-PM : Fonds d'assurance formation de la profession médicale (médecins libéraux).</p>

RÈGLEMENT INTÉRIEUR

1. Préambule

Boostacom est un organisme de formation domicilié au 250 chemin de Seillièvre - 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 séjournier 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 :

- y entrer ou y demeurer à d'autres fins ;
- 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 :

- soit en un avertissement ;
- soit en un blâme ;
- 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 :

- l'employeur, lorsque le stagiaire est un salarié bénéficiant d'un stage dans le cadre du plan de formation en entreprise;
- 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 20eme et la 40eme 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 entre 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'efficience 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 1er 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.



STRATÉGIE WEB

COMMUNICATION

FORMATION 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

 [/agenceboostacom](https://www.facebook.com/agenceboostacom)