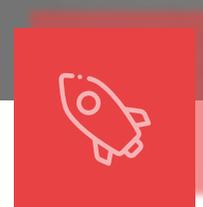
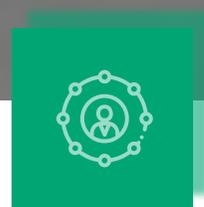
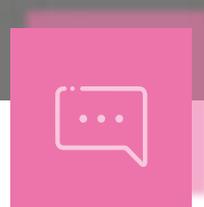
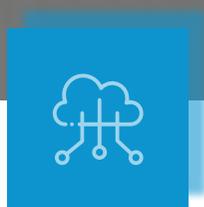


# CATALOGUE DES FORMATIONS

FORMATIONS INTER ET INTRA-ENTREPRISE

# 2019 2020





LA MÊLÉE



MULTIMÉDIA



INFORMATIQUE



WEB MARKETING & COM



COMPÉTENCES TRANSVERSES



ENTREPRENARIAT



## La Mêlée

Depuis 19 ans, l'association La Mêlée anime le secteur du numérique et rassemble ses nombreux utilisateurs et experts du numérique sur l'ensemble de la Région Occitanie.

Au cœur d'un écosystème particulièrement dynamique et mouvant, **La Mêlée est un véritable laboratoire d'idées et de projets.**

L'association fédère aujourd'hui un réseau de plus de **600 adhérents et 20 000 professionnels** : qu'ils soient indépendants, startuppeurs, chercheurs, investisseurs, étudiants, grands groupes, institutionnels, chefs d'entreprises, citoyens ou simplement curieux, ils ont tous en commun la passion du digital et de l'innovation.

## La formation, levier de votre performance

Dans un monde qui change vite, **chacun doit pouvoir apprendre et se former** pour grandir, s'émanciper, s'intégrer, s'épanouir, tout au long de sa vie.

Notre société doit devenir une société apprenante et la formation doit faire partie intégrante des organisations et du parcours de chacun.

**Nos formations étant effectuées dans nos tiers-lieux**, elles permettent au stagiaire d'apprendre dans un environnement ouvert fait de compétences diverses, d'échanges et d'expertises.



# NOTRE ÉQUIPE



## Nos organisatrices



VIRGINIE DIONSO



ANGÉLIQUE BAZALGUES



CORINE VERDIER

## Nos formateurs et formatrices



**AGNÈS ARNAUD  
DES LIONS**

Consultante formatrice en  
Neurocognitivism et RH



**CATHERINE EPSTEIN**

Consultante marketing et  
formatrice



**CÉLINE FRANÇOIS**

Consultante formatrice  
web-marketing, certifiée  
Google Analytics



**CÉLINE ROBERT**

Co-gérante et créatrice de  
l'agence de communication  
COM3ELLES



**CORINE VERDIER**

Consultante formatrice en  
management, gestion de  
projet et entrepreneuriat



**PIERRE VINCENOT**

Co-fondateur d'immédiat,  
journaliste web formateur  
en datavisualisation



**RACHEL HAMPTON**

Formatrice experte en  
stratégie digitale, image de  
marque et business



**MÉLANIE GRILLOU  
JONVILLE**

Designer facilitatrice et  
formatrice



**SOPHIE JOLY**

Coach formatrice en  
intelligence collective et  
créativité dans le groupe



**JEAN-PHILIPPE  
HORARD**

Consultant formateur en  
marketing digital



**JÉRÉMY SIMONKLEIN**

Consultant formateur  
informatique et gestion de  
projet



**HERVÉ MARCÉ**

Storyteller et réalisateur



**XAVIER LALU**

Directeur pédagogique  
associé et formateur



**MILIA LEGASA**

Journaliste et formatrice



**LAURENT PEYRAT**

Fondateur de La  
Mandrette et formateur en  
référencement



**SYLVIE CLERGERIE**

Formatrice et consultante  
en communication digitale



## Nos formateurs et formatrices



**PIERRE BARRÉ**

Directeur d'agence de communication digitale



**CAROLINE BROULHET**

Consultante formatrice en financement des professionnels



**FRANCK CANATO**

Coach formateur Agile



**THIERRY SPAENLÉ**

Dirigeant de l'agence digitale Inwin et formateur sur la stratégie digitale



**SYLVAIN TOURRIÈRE**

Consultant formateur en e-commerce et webmarketing



**EDDY GARCIA**

Fondateur associé chez Gravity Innovation et consultant enseignant



**PHILIPPE CONTAL**

Directeur digital, formateur sur la stratégie de territoire digital de l'entreprise



**JÉRÔME HUGUENY**

Directeur Conseil, associé et fondateur de Datasulting, Ingénieur Ponts et Chaussées



**SOPHIE MOLINA**

Responsable communication externalisée spécialisée dans le domaine du digital



**TIPHAÏNE MURAT**

Gérant chez Change Your Habits Conseil, formateur en leadership



**SYLVIE CLERGERIE**

Formatrice et consultante en communication digitale

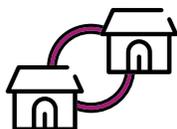


## Nos services



### Des programmes intra-entreprise personnalisés

Nous construisons avec vous des formations sur-mesure afin de répondre à vos besoins. Les formations se déroulent dans votre entreprise ou dans nos locaux, au choix.



### Des programmes inter-entreprise

Nous proposons différents programmes privilégiant la diversité et l'intelligence collective.



**Des locaux adaptés**, sur Toulouse et Montpellier. Nous sommes équipés de différentes salles spacieuses, accessibles à tous au coeur d'un écosystème numérique.



### Un engagement de qualité

Un référencement dans la base de données Datadock. Une préparation à la certification qualité.



### Des formateurs experts

Tous nos formateurs sont expérimentés et pratiquent professionnellement leur sujet. Ils sont tous impliqués dans la transformation numérique.



### Une équipe dédiée.

Notre équipe vous accompagne dans le choix de formations adaptées à vos besoins, vous renseigne sur les contenus, les disponibilités, les nouveautés... et vous propose la planification de sessions sur mesure.



### Des formations actions.

Nous privilégions des groupes restreints (max 12 personnes). Des objectifs permettent de mettre en place des actions tout au long de la session. 50 à 80% des formations sont axées sur la pratique.



### Un suivi du début à la fin de la formation

Un interlocuteur unique suit et gère votre dossier. Une équipe est à votre disposition pour répondre à vos questions avant, pendant et après la formation.



### Une attestation de formation.

Nous vous fournissons systématiquement après votre formation une attestation.



### Un organisme au coeur de l'écosystème.

Précurseur dans l'acculturation au numérique, La Mêlée oeuvre depuis 19 ans à un numérique pour tous.

## Les formations inter-entreprise



Il est demandé aux stagiaires d'amener leur équipement informatique.

### 1. CHOIX DE LA FORMATION

Après avoir pris connaissance de toutes les formations proposées dans le catalogue (ci-dessous), il ne vous reste qu'à choisir celle ou celles qui vous correspondent.

### 3. RÉCEPTION

Par la suite, nous accusons réception de votre inscription.

### 6. CONVOCATION

Après réception de votre dossier correctement complété, nous vous envoyons votre ou vos convocation.s par mail.

### 7. FORMATION

À la date prévue, vous suivez la formation choisie.

### 9. ATTESTATION

Nous vous envoyons votre attestation pour la formation passée.

### 2. INSCRIPTION

Vous pouvez envoyer votre inscription sur notre site [www.lamelee.com/formations](http://www.lamelee.com/formations) (en bas de page) ou nous contacter au 05 32 10 81 35 ou nous envoyer un mail à [formation@lamelee.com](mailto:formation@lamelee.com). Les inscriptions sont prises dans l'ordre d'arrivée des demandes.

### 4. MAIL

Nous vous envoyons les éléments du dossier à compléter pour chaque formation par mail.

### 5. DOSSIER COMPLÉTÉ

Vous nous renvoyez alors le dossier soigneusement complété par retour du mail.

### 8. ÉVALUATION

Suite à cette formation, vous l'évaluez pour donner votre avis.

### 10. BILAN

Pour finir, dans les 3 mois suivants, nous évaluons l'apport de la formation avec vous

Votre formation peut être prise en charge sous certaines conditions au titre de la formation professionnelle continue, par votre employeur, par l'État (régions ou départements, Pôle emploi...) ou par un organisme financeur de la formation.

## Les formations intra-entreprise et/ou sur mesure

Vous êtes **une entreprise, une association, une institution** et vous souhaitez :

- Organiser une formation intra-entreprise pour vos collaborateurs à partir des programmes existants dans notre catalogue,
- Co-créer une formation sur mesure pour vos équipes,

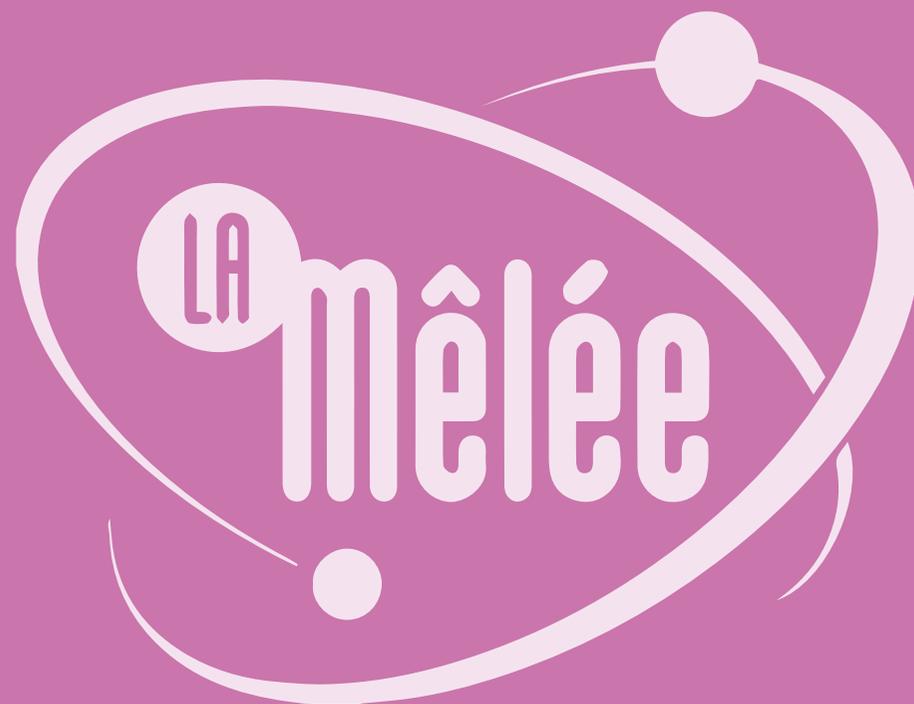
**Contactez-nous**, votre consultant formation est    votre écoute pour construire avec vous les cours et les cursus qui correspondent parfaitement    vos besoins et    votre environnement.

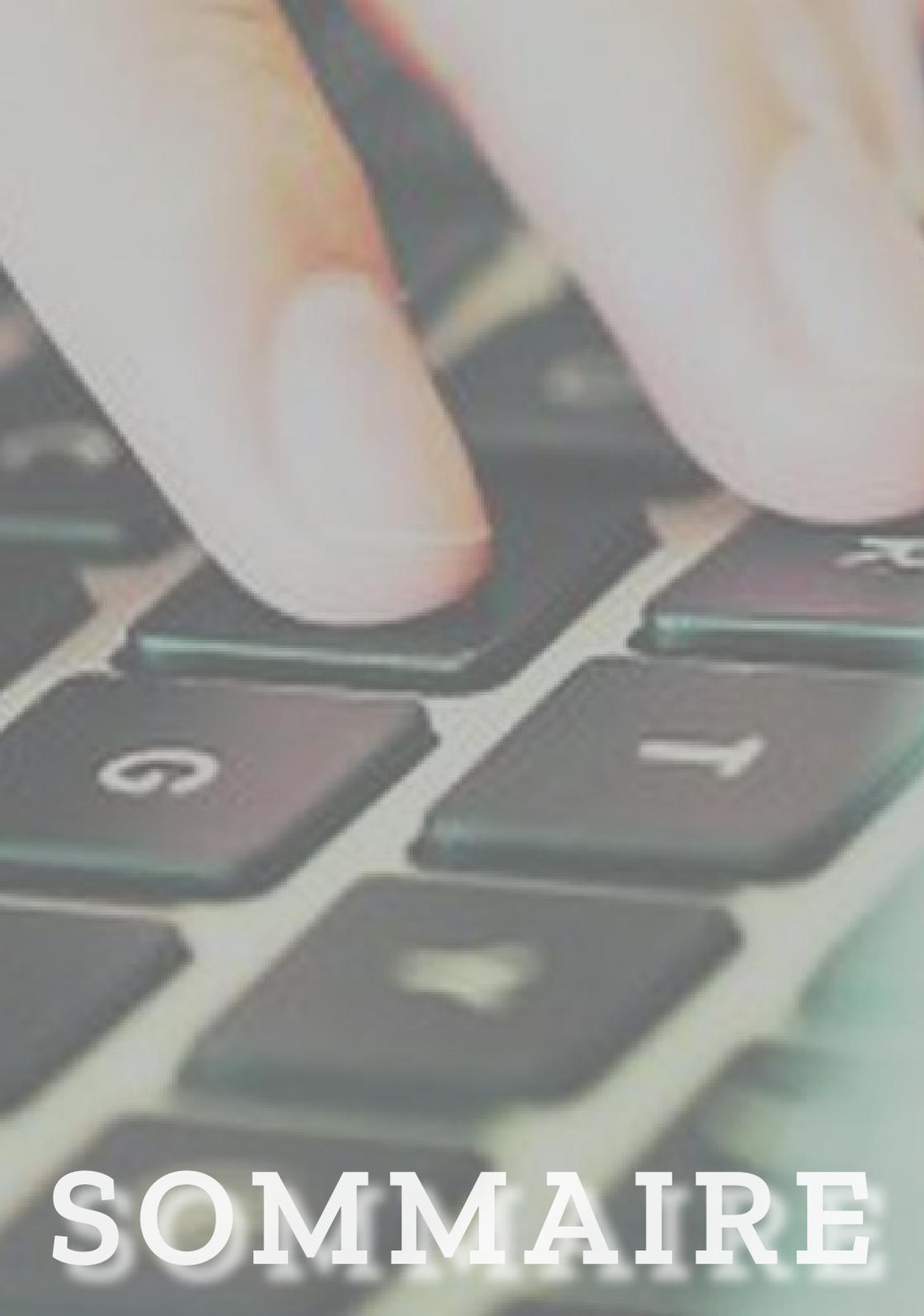
Nous sommes    votre disposition

05 32 10 81 35

[formation@lamelee.com](mailto:formation@lamelee.com)

pour vous faire vivre une pratique apprenante.





# SOMMAIRE

## MULTIMÉDIA

### TOULOUSE

Photoshop : Initiation à la création graphique .....	13
InDesign : Initiation à la mise en page .....	14
Canva : Composer des visuels impactants .....	15
Affinity Publisher .....	16
Tourner et monter une vidéo pro avec son smartphone .....	17
Créer son propre podcast .....	18

## INFORMATIQUE

### MONTPELLIER

Analyse de données avec PowerBI - Analyste de données .....	20
Analyse de données avec PowerBI - Créateur de jeu de données .....	21
Initiation au datamining et au machine learning avec R .....	22
Prédiction et machine learning avec R .....	23
Initiation aux méthodes Agiles .....	24
Initiation Scrum et Kanban .....	25
Le Chef de projet et les outil Agiles .....	26
Scrum Master, son rôle dans le projet Agile .....	27
Product Owner, son rôle dans le projet Agile .....	28

**TOULOUSE**

Promouvoir son activité sur Instagram	30
L'essentiel de LinkedIn	31
Sites et réseaux sociaux : Bien écrire pour le web	32
Les secrets du storytelling	33
Collaborer avec des influenceurs	34
Créer sa newsletter professionnelle	35
Comprendre Google Analytics	36
Bien démarrer mon référencement naturel	37
Ma première campagne pub avec Google Adwords	38
Datavisualisation	39
Réaliser un branding mémorable	40

**MONTPELLIER**

Réseaux sociaux	41
LinkedIn : Incarner son projet pro	42
Facilitez-vous les réseaux sociaux	43
Optimiser sa présence dans les réseaux sociaux	44
Construire une stratégie médias sociaux	45
Personal branding	46
Écriture web	47
Écrire juste pour mieux communiquer	48
E-mail marketing	49
Veille et e-réputation	50
Google Analytics	51
Le référencement naturel	52
Développer soi-même sa visibilité	53
Le référencement publicitaire	54
Booster la performance digitale	55
Stratégie digitale	56
Fondamentaux du e-commerce	57

**TOULOUSE & MONTPELLIER**

Créer du contenu pour le web	58
Utiliser les réseaux sociaux de manière professionnelle	59

**TOULOUSE**

Concevez votre site internet	61
Comment bien cadrer son projet client ?	62
La pensée design	63
Favoriser l'intelligence collective et la collaboration	64
Une journée pour révolutionner son Co'Dir'	65
Facilitation et créativité	66
Hacker les réunions	67
Initiation à la méthode LEGO® SERIOUS PLAY	68
Concevoir votre événement d'Open Innovation	69
Développer son leadership grâce à la process com	70
Transformez vos contenus vers des cours en ligne	71
Être leader dans la complexité	72
La conduite du changement	73

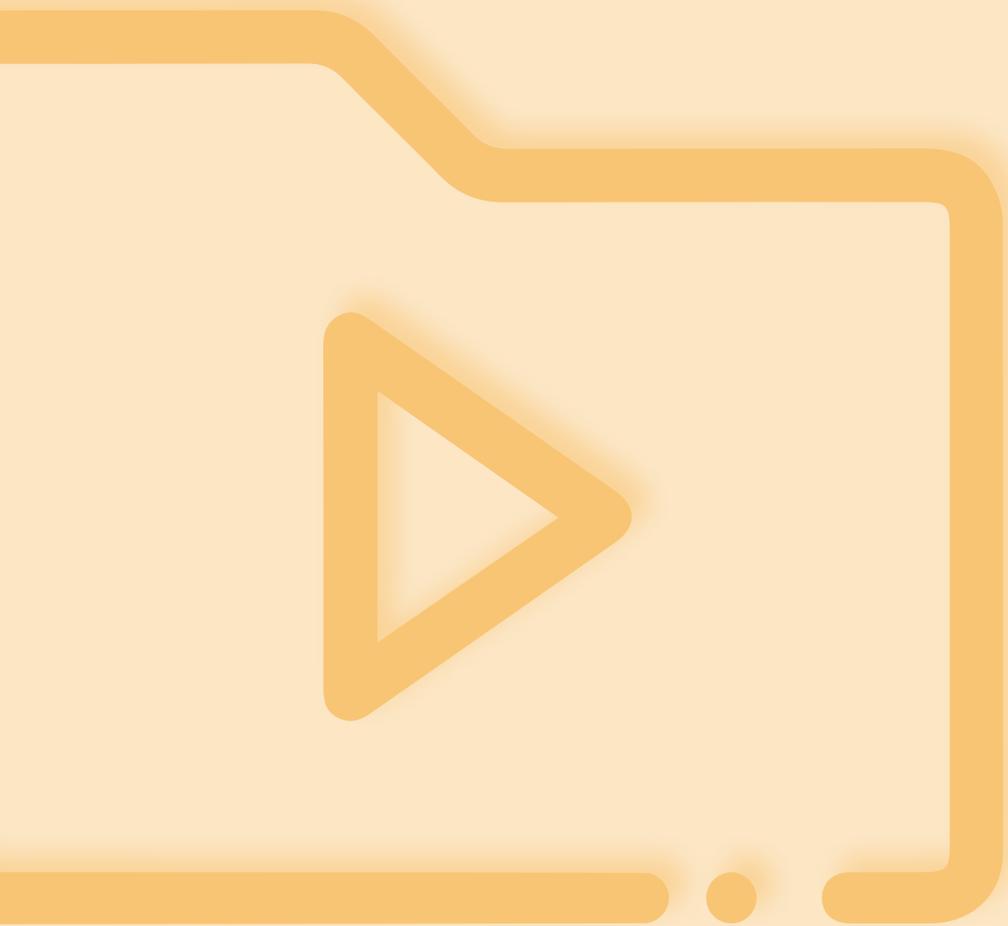
**MONTPELLIER**

Intelligence collective - Niveau 1 & 2	74
Développer son #TerritoireDigital	76
Stratégie d'entreprise et stratégie digitale	77
Management bienveillant et écoute active	78
Libre de son stress	79
Les émotions du leader et son organisation - Module 1 à 6	80
Augmenter son leadership	86

 **ENTREPRENARIAT**

**MONTPELLIER**

Création d'entreprise : du projet à sa réalisation	88
Bien présenter son projet pour le financement	89



MULTIMÉDIA

---

## Photoshop : Initiation à la création graphique

### Objectif(s) de la formation

- Connaître les outils et fonctions principales de Photoshop
- Produire des montages photos simples.
- Pouvoir préparer des fichiers destinés à la photogravure ou à l'imprimerie.

### Public et pré-requis

Toute personne désirant s'initier à la retouche d'images, à la création numérique ayant une pratique régulière de l'informatique.

Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 7 octobre 2019
- 3 février 2020
- 1 juin 2020
- 5 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

300€ HT / personne



*Photoshop est au graphiste ce que le couteau suisse est au randonneur ! Photo, composition, print, web, vidéo,... on se perd dans toutes ses possibilités. Plutôt que de tout tenter d'apprendre au risque de ne rien retenir, cette formation vous initie aux outils et astuces nécessaires à ce que Photoshop sait faire de mieux : la gestion, la retouche et le montage des photos numériques.*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
  - Mise en pratique
  - Un support de cours est remis en fin de formation
- Chaque participant doit venir avec son ordinateur et Photoshop CC installé.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Céline Robert**, graphiste depuis 18 ans.

### ■ Programme

#### Matin

- Découverte rapide de Photoshop (principe, interface)
- Améliorer une image (couleurs, dimensions, recadrage)
- Initiation à la retouche (transformation, suppression de défauts)

#### Après-midi

- Initiation au montage (Fusion de 2 images, ajout d'effets, gestion des calques)
- Initiation à la mise en page (gestion du texte, gestion du dessin vectoriel)
- Exporter ses créations pour le web et pour l'impression

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence élargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un exercice et autoévaluation à la fin de la formation.

## InDesign : Initiation à la mise en page

### Objectif(s) de la formation

- Connaître les propriétés d'InDesign.
- S'initier aux principales fonctionnalités du logiciel
- Réaliser un document de communication simple (1 à 2 pages)

### Public et pré-requis

Tous producteurs de documents techniques d'information ou de communication Techniciens de PAO, assistant(e)s de communication.  
Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 14 octobre 2019
- 13 février 2020
- 11 juin 2020
- 8 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

300€ HT / personne



*Performant et ergonomique, concurrent sérieux de Quark X-press, InDesign a su s'imposer peu à peu dans la chaîne graphique. Découvrez la mise en page professionnelle au travers d'une formation conviviale et pratique.*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
- Mise en pratique
- Un support de cours est remis en fin de formation

Chaque participant doit venir avec son ordinateur et InDesign CC installé.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Céline Robert**, graphiste depuis 18 ans.

### ■ Programme

#### Matin

- Découverte rapide d'InDesign (principe, interface)
- Créer un document (format, nombre de pages, critères d'impression)
- Le texte (Blocs, styles, chainage)
- Les images (importation, options, détourage)

#### Après-midi

- Exercice de mise en page (gabarits, pages, notion d'équilibre et de rythme)
- Exporter ses créations pour le web et pour l'impression

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un exercice et autoévaluation à la fin de la formation.

## Canva : Composer des visuels impactants

### Objectif(s) de la formation

- Connaître les outils et fonctions principales de Canva
- Produire des illustrations et documents de communication simples
- Pouvoir préparer des fichiers destinés au web

### Public et pré-requis

Toute personne désirant s'initier à la création numérique ayant une pratique régulière de l'informatique et d'internet.

Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 13 janvier 2020
- 20 avril 2020
- 12 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

300€ HT / personne



*Une image vaut mille mots... vous connaissez le refrain, mais savez-vous l'appliquer ? Vous avez des idées mais pas les outils ? Passer des jours à vous former à un logiciel vous paraît disproportionné par rapport à vos besoins ? Canva est une application web intuitive et complète qui permet en quelques clics de concevoir vos visuels de réseaux sociaux, un flyer ou une infographie, entre autres. Cette formation présente l'outil d'une part mais consacre du temps à la pratique avec des astuces professionnelles de mise en page pour que vos visuels soient réellement impactant.*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
  - Mise en pratique
  - Un support de cours est remis en fin de formation
- Chaque participant doit venir avec son ordinateur et un navigateur à jour.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Céline Robert**, graphiste depuis 18 ans.

### ■ Programme

#### Matin

- Découvrir Canva
- Créer son compte, découverte de l'interface
- Les différentes applications : réseaux sociaux, flyers, infographies, mises en pages...
- Choisir un format de fichier
- La bibliothèque
- Les modèles
- Les icônes, formes et images
- Le texte

#### Après-midi

- Ma première composition
- Ajout d'une image : modifications, filtres et cadrages
- Les formes : options et paramètres
- Le texte : composition, polices et paramètres
- Export du visuel

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un exercice et autoévaluation à la fin de la formation.

## Affinity Publisher : Initiation & fondamentaux de la mise en page

### 🎯 Objectif(s) de la formation

- Maîtriser les principales fonctionnalités d’Affinity Publisher
- Savoir concevoir une maquette, manipuler des objets, du texte et des images, et mettre en production tous ces outils.
- Apporter aux participants les connaissances de base indispensables en typographie et mise en page, pour la conception et la réalisation de documents

### 👤 Public et pré-requis

- Formation accessible à tous
- Bonne connaissance du Web en général et des outils de bureautique. Notions de Photoshop, InDesign est un plus.
- Achat d’une licence personnelle à vie Affinity Publisher (54,99 euros paiement unique)
- Apporter les codes d’accès de ses comptes et son propre ordinateur portable.

### 🕒 Durée

2 jour (14 heures)

### 📅 Date

- 15 et 16 octobre 2019
- 17 et 18 mars 2020

### 📈 Tarifs inter-entreprise

1 590€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- La formation alternera des études de cas, théorie et pratique.
- La formation sera animée par **Rachael Hampton**.

### ■ Programme

#### Introduction d’Affinity Publisher

Historique, utilisation, fonctionnalités. Les concepts de base d’Affinity Publisher, les formats et les couleurs.

#### Les types d’images existants

Bitmap et Vectoriel / Périphériques de capture, d’affichage et impression. Les modes colorimétriques : RVB, CMJN et les couleurs pantones. Le cercle chromatique et les différentes représentations de la couleur.

#### Les principaux formats graphiques :

- L’interface utilisateurs d’Affinity Publisher
- Apprenez à réaliser des maquettes de pages
- Exportez vos documents vers les formats standards du Print ou du Web.

#### Bases typographiques

Macrotypographie

#### Principes fondamentaux de la mise en page

- Utiliser le nombre d’or et les règles de proportion
- Lecture des images
- Couleur et message

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l’exécution de la formation se fait à l’aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.  
L’évaluation des acquis se fait par le formateur sur un cas pratique.

## Tourner et monter une vidéo pro avec son smartphone

### 🎯 Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de tourner, enregistrer et monter des productions avec un équipement mobile. Il sera également au fait des nouveaux codes de la vidéo à destination du web.

### 👤 Public et pré-requis

- Tous publics, avec une envie de communiquer en vidéo. Journalistes et professionnels de la communication, du marketing ou des médias en charge de la production de contenus numériques...
- Être en possession d'un smartphone Apple ou Android de moins de 3 ans
- Avoir 2Go de stockage disponible sur son téléphone
- Se munir d'écouteurs, et en cas de prise mini-jack sur son téléphone, d'un adaptateur mini-jack USB-C
- En option : votre matériel (grip, micro, batterie...) si vous en possédez

### 🕒 Durée

2 jour (14 heures)

### 📅 Date

- 12 et 13 décembre 2019
- 25 et 26 juin 2020

### 📈 Tarifs inter-entreprise

1 000€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Groupe de 8 personnes maximum. Formation en mode « inversé ». Les parties théoriques ponctuent les exercices très pratiques.

### ■ Profil de l'intervenant

**Xavier Lalu** est expert des contenus numériques et des stratégies éditoriales. Créateur d'un pureplayer nommé Carré d'info, il a également été chef de projet digital chez Côté Toulouse, où il a couvert de nombreux événements en vidéo mobile. Xavier Lalu est co-fondateur d'Immédiat.

### ■ Programme

#### Préparer son smartphone, son équipement

- Connaître les prérequis techniques
- Choisir et adapter son matériel

#### Tourner des images pour une vidéo complexe

- Gérer techniquement la prise d'image
- Choisir son cadre, varier les plans
- Le son : la clé d'un bon mojo
- Découvrir l'application Filmic Pro

#### Monter sur le mobile

- Prendre en main Kinemaster
- Sous-titrer une vidéo de façon dynamique
- Exporter sa vidéo au format adéquat

#### Les formats performants sur le web

- Identifier différents formats de vidéos
- Maîtriser leurs règles de découpage

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence élargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de question / réponse.

## Créer son propre podcast : de la conception à la diffusion

### Objectif(s) de la formation

- Concevoir un format de communication radiophonique plébiscité par les usages
- Apprendre à réaliser un véritable reportage audio, en autonomie et avec un minimum de matériel
- Identifier et reconnaître les différents types de podcasts
- Être en mesure de décliner un sujet en version audio
- Pouvoir élaborer et formuler un message clair via un reportage audio
- Découverte des différentes techniques de prises de son et de diffusion

### Public et pré-requis

- Professionnel de la communication, du marketing, des médias en charge de la production de contenus
- Pré-requis : maîtrise du français, venir avec son ordinateur portable, être équipé d'écouteurs, avoir téléchargé le logiciel de montage Audacity
- Dans l'idéal, venir avec un projet de podcast

### Durée

2 jour (14 heures)

### Date

- 23 et 24 mars 2020
- 25 et 26 juin 2020

### Tarifs inter-entreprise

1000€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Formation en mode «inversé». Les parties théoriques ponctuent les exercices très pratiques.

### ■ Profil de l'intervenant

**Milia Legasa**, journaliste radio depuis 12 ans, Elle a acquis une expérience solide en écriture et présentation de flashes et journaux radio, mais aussi dans la réalisation de reportages de terrain, d'interview en direct, et de divers chroniques et émissions.

### ■ Programme

#### Podcast de quoi parle-t-on ?

- Définir le podcast et ses genres
- Comprendre l'essor de ce format
- Se familiariser avec la méthodologie et le vocabulaire

#### De l'idée à la réalisation technique

- Conceptualiser son podcast
- Rédiger un conducteur
- Enregistrer sa voix et des sons sur le terrain

#### Montage et réalisation

- Maîtriser un logiciel de montage audio
- Connaître les règles du montage audio
- Adapter le montage à son concept

#### Diffuser son podcast : où, pour qui, et comment ? (5 heures)

- Connaître les principales plateformes de diffusion
- Diffuser en direct
- Réutilisation de sons et de musiques : point juridique

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.



INFORMATIQUE

---

## Analyse de données avec PowerBI

### - Analyste de données

#### Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation le stagiaire est capable de réaliser des analyses sur la base de jeux de données multi source mis à sa disposition, de les mettre en forme et de les partager au sein de son organisation

#### Public et pré-requis

- Fonctions cibles : managers utilisateurs de powerBI, analystes de données, contrôleurs de gestion
- Expérience préalable : excel
- Le stagiaire viendra muni de son ordinateur sous Windows

#### Durée

1 jour (7 heures)

#### Date

- 14 octobre 2019
- 12 novembre 2019
- 16 décembre 2019
- 20 janvier 2020
- 10 février 2020
- 9 mars 2020
- 13 mai 2020
- 18 mai 2020
- 15 juin 2020
- 20 juillet 2020

#### Tarifs inter-entreprise

1 200€ HT / personne



#### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle avec mise en pratique par les stagiaires sur leur propre poste de travail Windows.

#### ■ Profil de l'intervenant

**Jérôme Hugueny**, Directeur Conseil, associé et fondateur de Datasulting, Ingénieur Ponts et Chaussées. Jérôme pilote des projets de déploiement PowerBI depuis 3 ans et une équipe de Data Analysts travaillant avec PowerBI.

#### ■ Programme

##### Matin

- Présentation de l'architecture et des composants de Power BI
- Utilisation d'un rapport exemple : découverte des fonctionnalités de Powerbi pour l'utilisateur
- Accéder à un jeu de données
- Créer des tableaux croisés dynamiques

##### Après-midi

- Créer des représentations graphiques
- Gérer les filtres
- Gérer les segments
- Utiliser un thème
- Publier et partager un rapport

#### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence élargée par les stagiaires.

La formation sera sanctionnée par une attestation de formation.

Une évaluation de fin de formation est remplie par chaque stagiaire

## Analyse de données avec PowerBI - Créateur de jeu de données

### 🎯 Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation le stagiaire est capable d'utiliser l'outil PowerBI pour :

- Réaliser les analyses ad hoc sur des données complexes et volumineuses
- Publier des données préparées à des utilisateurs qui construiront leurs propres rapports et leurs propres analyses

### 👤 Public et pré-requis

- Fonctions cibles : analyste décisionnel, data analyst, data scientist, contrôleur de gestion
- Expérience préalable : maîtrise des tableaux croisés dynamiques Excel et connaissance SQL
- Le stagiaire viendra muni de son ordinateur

### 🕒 Durée

2 jours (14 heures)

### 📅 Date

- 7 et 8 octobre 2019
- 5 et 6 novembre 2019
- 9 et 10 décembre 2019
- 13 et 14 janvier 2020
- 3 et 4 février 2020
- 2 et 3 mars 2020
- 6 et 7 avril 2020
- 11 et 12 mai 2020
- 8 et 9 juin 2020

### 📈 Tarifs inter-entreprise

2 400€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle avec mise en pratique par les stagiaires sur leur propre poste de travail Windows.

### ■ Profil de l'intervenant

**Jérôme Hugueny**, Directeur Conseil, associé et fondateur de Datasulting, Ingénieur Ponts et Chaussées. Jérôme pilote des projets de déploiement PowerBI depuis 3 ans et une équipe de Data Analysts travaillant avec PowerBI.

### ■ Programme

#### Présentation de l'outil et des concepts

- Présentation de l'architecture et des composants de Power BI
- Création d'un premier jeu de données
- La modélisation des données et des relations
- Définition de la couche sémantique

#### Accès et transformation des données

- Création d'un jeu de données multisource : fichier plat, base de données SQL & Big Data, API Web et autres sources...
- Transformation des données (Langage Power Query M)

#### Structuration des données et publication

- Structuration des jeux de données pour répondre aux différentes visions
- Publication et actualisation automatique d'un jeu de données
- Gérer la sécurité des jeux de données et des rapports

#### Indicateurs, champs calculés et langage DAX

- Créer des mesures & colonnes avec DAX
- Les colonnes calculées
- Mesures simples
- Mesures avancées
- Les principes du langage DAX

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
La formation sera sanctionnée par une attestation de formation.  
Une évaluation de fin de formation est remplie par chaque stagiaire

## Initiation au datamining et au machine learning avec R

### 🎯 Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation le stagiaire est capable de réaliser des scripts de prédiction, détection et segmentation à l'aide de l'outil open source R en utilisant des techniques de machine learning

### 👥 Public et pré-requis

- Fonctions cibles : analyste marketing souhaitant réaliser du prédictif ou traiter des données Big Data, développeur souhaitant se former au machine learning, statisticien voulant passer à la technologie R
- Expérience préalable : expérience en programmation, intérêt pour le machine learning et les statistiques
- Le stagiaire viendra muni de son ordinateur sous Windows

### 🕒 Durée

5 jours (35 heures)

### 📅 Date

- 18 au 22 novembre 2019
- 16 au 20 mars 2020

### 📈 Tarifs inter-entreprise

6 000€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle avec mise en pratique par les stagiaires sur leur propre poste de travail.
- La formation alterne théorie et mise en pratique sur des cas d'usage réels.

### ■ Profil de l'intervenant

**Jérôme Hugueny**, Directeur Conseil, associé et fondateur de Datasulting, Ingénieur Ponts et Chaussées. Jérôme pilote des projets de déploiement PowerBI depuis 3 ans et une équipe de Data Analysts travaillant avec PowerBI.

### ■ Programme

#### Première journée

- Introduction
- Cas d'école d'utilisation du datamining
- Méthodologie projet pour le datamining

*Découverte de R*

#### Deuxième journée

- Bases de la théorie statistique
- Environnement R et base du langage

*Première prise en main de R*

*Segmentation client simple*

#### Troisième journée

- Modèles de segmentation et arbre de décision

*Score de prédiction de fraude*

*Mesure de la performance d'un score*

#### Quatrième journée

- Simplification et classification

*Analyse en composantes principales*

*Segmentation client élaborée*

- Ecueils en datamining

#### Cinquième journée

- Séries temporelles

*Séries temporelles*

*Mise en pratique sur vos données*

- Synthèse de la formation

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

La formation sera sanctionnée par une attestation de formation.

Une évaluation de fin de formation est remplie par chaque stagiaire

## Prédiction et machine learning avec R

### Objectif(s) de la formation

- Capacité à réaliser différents types de prédictions à l'aide de l'outil R :
  - Prédiction de vente,
  - Prédiction de demande,
  - Prédiction d'affluence,
  - Prédiction de trafic,...

### Public et pré-requis

- Fonctions cibles : Data analyst, Demand planner, contrôleur de gestion
  - Expérience préalable : un langage de programmation ou un outil statistique (SAS ...), pas de connaissance en R
- Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

3 jours (21 heures)

### Date

- 21 au 23 janvier 2020
- 27 au 29 mai 2020

### Tarifs inter-entreprise

3 600€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle avec mise en pratique par les stagiaires sur leur propre poste de travail.
- La formation alterne théorie et mise en pratique sur des cas d'usage réels.

### ■ Profil de l'intervenant

**Jérôme Hugueny**, Directeur Conseil, associé et fondateur de Datasulting, Ingénieur Ponts et Chaussées. Jérôme pilote des projets de déploiement PowerBI depuis 3 ans et une équipe de Data Analysts travaillant avec PowerBI.

### ■ Programme

#### Première journée

- Introduction R : syntaxe R niveau 1  
*Découverte de R*
- Syntaxe R niveau 2 (apply, fonctions, sources, erreur)  
*Transformation et exploration de données*

#### Deuxième journée

- Prédiction en R et mesure de performance  
*Régressions linéaires et généralisées*
- Présentation de H2O  
*Clustering (Random Forest avec H2O)*

#### Troisième journée

- Prédiction temporelle en R  
*ARIMA, Lissage exponentiel, Prophet*
- Mesure de performance*
- Optimisation des modèles*

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
La formation sera sanctionnée par une attestation de formation.  
Une évaluation de fin de formation est remplie par chaque stagiaire

## Initiation aux méthodes Agiles

### Objectif(s) de la formation

Comprendre la démarche et philosophie agile, se projeter dans son environnement professionnel

### Public et pré-requis

- Tous publics
- Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 18 octobre 2019
- 15 novembre 2019
- 14 février 2020
- 12 juin 2020
- 18 septembre 2020
- 13 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

550€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle
- Jeux d'initiations, jeux de rôles
- Support ppt diffusé sur vidéo projecteur et remis en fin de formation
- Paperboard, Post-it

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Pourquoi l'Agile ?
- Origine et manifeste

#### Travailler en équipe Agile

- Équipe auto-organisée
- La posture du manager Agile
- Communication et dynamique de groupe

#### Transformation Agile

- Le passage à l'agilité
- Freins et contraintes
- La conduite du changement

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à l'oral à la fin du stage sous forme de question / réponse.

## Initiation Scrum et Kanban

### Objectif(s) de la formation

Maîtriser les bases de Scrum et de Kanban

### Public et pré-requis

- Chef de projet, leader, manager, développeur,...
- Avoir fait l'initiation aux méthodes Agiles ou l'initiation à l'agilité

Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 6 novembre 2019
- 8 janvier 2020
- 5 mars 2020
- 7 mai 2020
- 8 juillet 2020
- 14 octobre 2020
- 9 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle, paperboard, vidéo projecteur, post-it
- Jeux de rôles, mise en situation et application de Scrum et Kanban
- Une ou des vidéos seront diffusées

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Pourquoi l'Agile ?
- Origine et manifeste

#### Les principales méthodes Agile

- Aperçu de Scrum
- Extreme Programming
- Kanban

#### Scrum

- Product Backlog
- Rôles et responsabilités : développement Team, Scrum Master, Product Owner
- Planification initiale
- Cérémonies
- Organisation d'un projet Scrum

#### KanBan

- Construction et utilisation d'un KanBan

#### Jeux de rôle

- Mise en situation

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de débat.

## Le Chef de projet et les outils Agiles

### Objectif(s) de la formation

- Valeurs et outils Agiles
- Utilisation et mise en place des outils

### Public et pré-requis

- RH, dirigeant, chef d'entreprise, leader, manager, chef de projet
- Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 28 novembre 2019
- 24 janvier 2020
- 14 mai 2020
- 17 juillet 2020
- 16 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle, vidéo projecteur, post-it, vidéo
- Jeux de rôles, support ppt

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant

#### Base des méthodes

- Fonctionnement
- Les Outils
- Management visuel
- Team Building

#### Différences des approches

- Chef de projets
- Rôles des différents acteurs
- Préparation
- Cérémonies
- Planification
- Animation
- Risques
- Amélioration continue

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de question / réponse.

## Scrum Master, son rôle dans le projet Agile

### Objectif(s) de la formation

- Positionnement et rôle dans Scrum
- Animation des Cérémonies
- Outils Agile

### Public et pré-requis

- Chef de projet, manager, leader, dirigeant, chef d'entreprise, développeur
  - Avoir des notions Scrum et ou avoir fait initiation Agile
- Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 13 février et 1er avril 2020
- 26 juin et 28 août 2020
- 15 octobre et 4 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 200€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle, video projecteur, paperboard, post-it
- Mise en situation, jeux de rôles, jeux, vidéo
- Support ppt

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Scrum

- Origine et manifeste
- Vue d'ensemble de Scrum
- Rôles et responsabilités
- L'équipe Scrum
- Le Product Owner
- Le Scrum Master
- L'équipe de développement
- Les Cérémonies

#### Le Scrum Master

- Qualité, compétences...
- Bonnes pratiques, estimation et vélocité
- « Product Backlog » et « User Story »
- Suivi et radiateur d'informations (tableau de Kanban, Burndown chart, calendrier Niko-Niko, Burnup chart)
- La rétrospective
- Facteurs de succès
- Servant leader Coach Agile
- Déceler les problèmes
- Cohésion et valeurs de l'équipe
- Prise de décision de l'équipe
- Conflit dans l'équipe

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de question / réponse.

## Product Owner, son rôle dans le projet Agile

### Objectif(s) de la formation

- Positionnement et rôle dans Scrum
- Outils Agile et outils de planification
- User Stories, Impact mapping, Stories Mapping

### Public et pré-requis

- Chef de projet, manager, dirigeant, chef d'entreprise
  - Avoir des notions Scrum et/ou avoir fait l'initiation Agile
- Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

3 jours (21 heures)

### Date

- 13 octobre 2019
- 6 décembre 2019
- 12 janvier 2020
- 10 avril 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 650€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle, video projecteur, paperboard, post-it
- Mise en situation, jeux de rôles, jeux, vidéo
- Support ppt

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant

#### Agilité

- Pourquoi l'Agilité ?
- Origine et manifeste
- Scrum et les autres frameworks
- Vue d'ensemble de Scrum
- Rôles et responsabilités
- L'équipe Scrum
- Le Product Owner
- Le Scrum Master
- L'équipe de développement

#### Artéfacts et événements Scrum

- Scrum, Processus empirique, Les piliers, Les Ceremonies
- « Product Backlog »
- « Sprint Backlog »
- User Storie
- Evènements
- « Sprint »
- « Sprint planning »
- « Daily Scrum »
- « Sprint Review »
- « Sprint Retrospective »

#### Développement piloté par la valeur

- Qu'est-ce que la valeur ?
- Gestion des exigences et priorisation

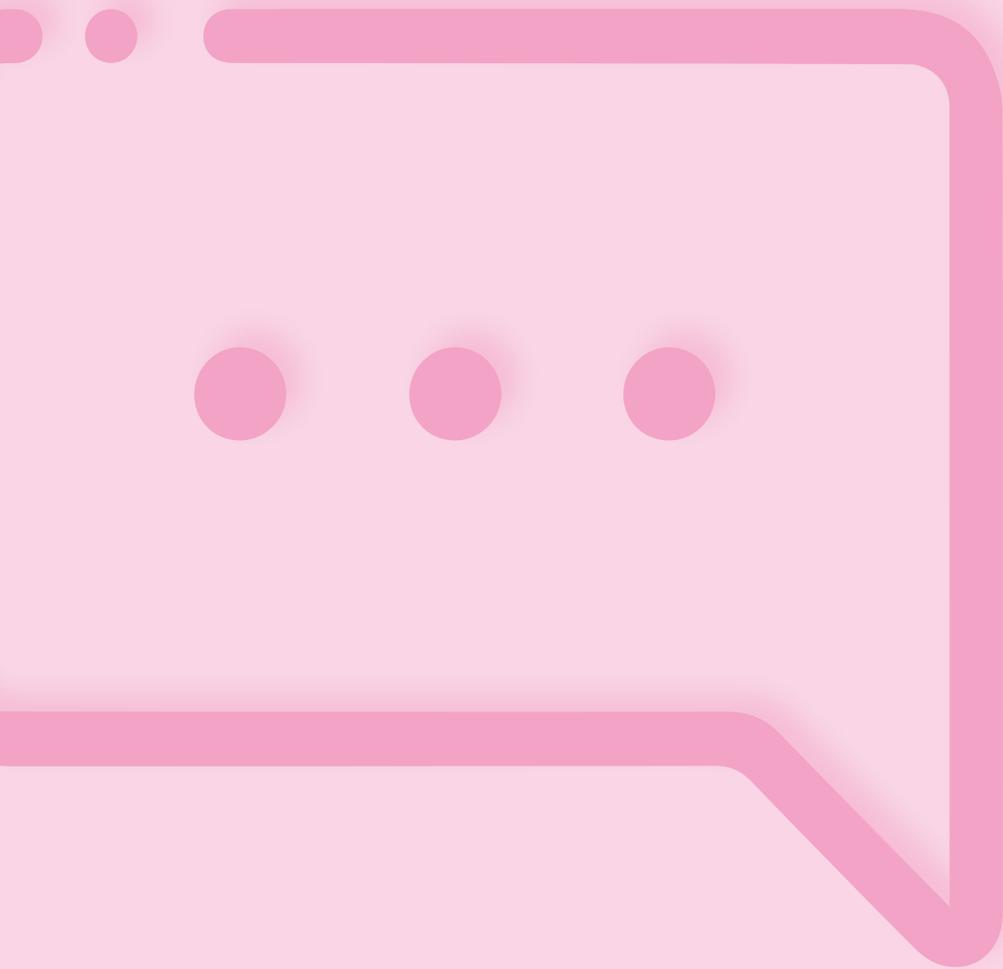
#### Jeu de rôle

- Création et mise en pratique d'un projet scrum

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de question / réponse.



# WEB MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE

---

## Promouvoir son activité sur Instagram

### Objectif(s) de la formation

Savoir animer un compte Instagram professionnel pour promouvoir son activité

- Définir une stratégie d'animation efficace
- Savoir animer son compte pour développer sa visibilité
- Connaître et mettre en oeuvre les bonnes pratiques

### Public et pré-requis

Toute personne devant animer un compte Instagram professionnel.

Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 10 octobre 2019
- 5 février 2020
- 7 mai 2020

### Tarifs inter-entreprise

500€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance de séquences théoriques et pratiques
- Fiche synthétique « bonnes pratiques » remise à chaque participant.
- Les participants viennent avec leur smartphone\*, quelques photos à publier, le logo de l'entreprise ou une belle image de profil – Wifi accessible pour tous les participants
- \* Le smartphone doit disposer d'un espace disponible de 200 Mo.

### ■ Profil de l'intervenant

**Catherine Epstein**, consultante et formatrice en stratégie marketing et digitale et relation client depuis 2011. Certifiée « stratégeste médias sociaux », elle accompagne régulièrement les entreprises dans leur démarche sur les réseaux sociaux par la définition de lignes éditoriales personnalisées et la mise en oeuvre des stratégies définies (formations sur Instagram, Facebook, Twitter et LinkedIn et collaborations influenceurs).

### ■ Programme

#### Matin

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux et focus sur Instagram
- Principes d'efficacité sur les réseaux sociaux et algorithmes
- Savoir définir une ligne éditoriale variée et attractive
- Démarrer sur Instagram : création et personnalisation du compte
- Panorama des fonctionnalités

#### Après-midi

- Créer ses premières publications : création visuels (découverte Canva, Over, Later) et choix des # pertinents (méthode et outils)
- Créer sa première « story »
- Idées d'animation, astuces, vidéos live
- Développer sa visibilité et interactions
- Mesure de la performance

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à partir du compte créé et des publications réalisées.

## L'essentiel de LinkedIn

### Objectif(s) de la formation

Savoir exploiter le potentiel de LinkedIn pour favoriser votre démarche commerciale

- Comprendre les principes des réseaux sociaux
- Comprendre et utiliser les fonctionnalités de LinkedIn pour dynamiser votre prospection

### Public et pré-requis

- Consultants indépendants, professions libérales, équipes commerciales
- Les participants viennent avec leur ordinateur

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 29 novembre 2019
- 02 avril 2020

### Tarifs inter-entreprise

500€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance de séquences théoriques et pratiques
- Fiche synthétique « bonnes pratiques » remise à chaque participant.
- Les participants viennent avec leur ordinateur portable (certaines fonctionnalités ne sont pas accessibles via un mobile).

### ■ Profil de l'intervenant

**Catherine Epstein**, consultante et formatrice en stratégie marketing et digitale et relation client depuis 2011. Certifiée « stratégeste médias sociaux », elle accompagne régulièrement les entreprises dans leur démarche sur les réseaux sociaux par la définition de lignes éditoriales personnalisées et la mise en oeuvre des stratégies définies (formations sur Instagram, Facebook, Twitter et LinkedIn et collaborations influenceurs).

### ■ Programme

#### Matin

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux et focus sur LinkedIn
- Principes d'efficacité sur les réseaux sociaux et algorithmes
- Savoir définir une ligne éditoriale variée et attractive
- Parcours des principales fonctionnalités, analyse rapide de profils et de pages « entreprise » pour repérage des bonnes pratiques

#### Après-midi

- Construire / Optimiser son profil LinkedIn pour être repéré par ses cibles
- Développer un réseau qualitatif : identifier les bons interlocuteurs, répondre aux sollicitations
- Entretenir son réseau de contacts et savoir l'exposer
- Échanger avec des professionnels pertinents et bénéficier d'informations sectorielles
- Participer, contribuer pour valoriser votre professionnalisme

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à partir du compte créé et des publications réalisées.

## Sites et réseaux sociaux : Bien écrire pour le web

### Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation « Sites et réseaux sociaux : bien écrire pour le web », le stagiaire aura les clés pour rendre ses contenus pertinents, partageables et performants. Elle répond aux objectifs :

- Produire des articles conçus pour le web
- Comprendre les bases du SEO (référencement)
- Diversifier les contenus produits
- Gagner de l'audience sur les différents supports de la marque

### Public et pré-requis

Journalistes et professionnels de la communication, du marketing ou des médias en charge de la production de contenus numériques.  
Apporter un ordinateur ou tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 27 et 28 janvier 2020
- 28 et 29 septembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1000€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Groupe de 8 personnes maximum. Formation en mode « inversé ». Les parties théoriques ponctuent les exercices très pratiques.

### ■ Profil des intervenants

**Xavier Lalu** est expert des contenus numériques et des stratégies éditoriales. Créateur d'un pure-player nommé Carré d'info, il a également été chef de projet digital chez Côté Toulouse, où il a couvert de nombreux événements en vidéo mobile. Xavier Lalu est co-fondateur d'Immédiat.

**Pierre Vincenot** a 10 ans d'expérience dans le journalisme. Il a évolué au rythme des mises à jour Google, est passé par la presse traditionnelle, Le Progrès, Ouest France, 20 minutes. Il a participé au lancement d'un site d'information économique et a oeuvré à la transition numérique de la rédaction de La Dépêche du Midi. Il a appris à manier une caméra, à créer un webdoc, et à raconter des histoires dans des formats innovants avant de co-fonder Immédiat.

### ■ Programme

#### Les spécificités du texte web (1 jour)

- Comprendre les spécificités du média web
- Perfectionner ses techniques d'écriture
- Parfaire le référencement
- Apprendre à titrer pour le web

#### Enrichir un texte web

- Apprendre à contextualiser et approfondir la lecture via l'hypertexte
- Varier et enrichir les contenus
- Connaître les enjeux de l'illustration iconographique
- Utiliser la vidéo à bon escient
- S'appuyer et citer les contenus des réseaux sociaux

#### Passer à l'action en mode projet

- Réutilisation des outils et des notions abordées le jour 1

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un questionnaire à chaud, à la fin de la session, ainsi que le commentaire des productions des stagiaires. Un questionnaire de satisfaction à chaud est rempli par les stagiaires. Les responsables ou DRH reçoivent également un questionnaire d'évaluation des compétences dans les 15 jours suivant la formation. 3 mois après, un questionnaire de mise en pratique des acquis est envoyé aux stagiaires.

## Les secrets du storytelling

### Objectif(s) de la formation

- Connaître la communication narrative
- Mettre en oeuvre les techniques de narration propre au storytelling
- Savoir mettre en valeur des éléments de récit pour rendre sa communication impactante

### Public et pré-requis

Toutes personnes désirant développer sa communication : chargés de la communication, RH, chefs d'entreprises, Apporter un ordinateur ou tablette...

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

• 29 novembre 2019 - 10 décembre 2019 - 06 mai 2020  
09 juin 2020 - • 09 juillet 2020 - 08 septembre 2020 -  
23 septembre 2020 - 14 octobre 2020 - • 13 novembre  
2020

### Tarifs inter-entreprise

250€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Apport théorique pour tous les participants  
Atelier en groupe sur des cas concrets

### ■ Profil des intervenants

La formation sera assurée par : **Hervé Marcé**, réalisateur vidéo et fondateur de l'agence de storytelling L'Imagin'R et **Mansouria Boukechiche**, coach en neuroscience et pitch, conseillère en web marketing

### ■ Programme

#### Matin

##### Théorie - Découverte des méthodes de storytelling

Diffusion PPT illustrant les origines du storytelling, les techniques utilisées et des exemples concrets utilisés par Apple et Virgin.

#### Après-midi

##### Pratique

- Définition de « persona » avec différentes situations, mise en oeuvre de communication utilisant le storytelling (travail en groupe).
- Restitution et critiques en fin de journée.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait lors de la restitution des ateliers de fin de journée.

## Collaborer avec des influenceurs

### Objectif(s) de la formation

Savoir construire des partenariats efficaces avec des influenceurs pertinents.

### Public et pré-requis

- Chefs d'entreprise, chargé.e.s de communication
  - Aucun pré-requis
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 10 décembre 2019
- 24 avril 2020

### Tarifs inter-entreprise

500€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance de séquences théoriques et pratiques
- Fiche synthétique « bonnes pratiques » remise à chaque participant.

### ■ Profil de l'intervenant

**Catherine Epstein**, consultante et formatrice en stratégie marketing et digitale et relation client depuis 2011. Certifiée « stratégeste médias sociaux », elle accompagne régulièrement les entreprises dans leur démarche sur les réseaux sociaux par la définition de lignes éditoriales personnalisées et la mise en oeuvre des stratégies définies (formations sur Instagram, Facebook, Twitter et LinkedIn et collaborations influenceurs).

### ■ Programme

#### Matin

- Typologie des influenceurs et motivations
- Construire une opération efficace
- Sélectionner les influenceurs pertinents

#### Après-midi

- Choisir le mode de collaboration
- Construire des partenariats gagnant/gagnant
- Accompagner les opérations et la création de contenus
- Amplifier les retombées
- Mesurer les retours et l'efficacité

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait à partir du compte créé et des publications réalisées.

## Créer sa newsletter professionnelle

### Objectif(s) de la formation

- Comprendre les enjeux d'un bon e-mailing
- Créer un compte Sendinblue
- Importer et gérer ses contacts
- Créer et envoyer une newsletter
- Analyser les retours de statistiques

### Public et pré-requis

- Webmestres, graphistes ou chargé.es de communication
  - Connaître Internet et utiliser une messagerie électronique régulièrement
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 25 novembre 2019
- 25 mai 2020
- 23 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

300€ HT / personne



Il est loin le temps où l'on faisait ses campagnes emails depuis son logiciel quotidien (outlook ou thunderbird...). Pour réaliser une campagne d'e-mailing efficace, il est maintenant nécessaire d'utiliser des outils plus puissants permettant :

- De concevoir des emails sans connaissances HTML : intégrer des images et des contenus aussi simplement que depuis son traitement de texte
- Gérer des listes de diffusion
- Créer des campagnes
- Ne pas être rejeté par des antispams
- Être lu par tous les logiciels de messagerie
- Respecter un cadre juridique incontournable

À travers cette formation courte, vous découvrirez la solution Sendinblue qui permet de gérer tous les aspects d'une bonne campagne e-mailing (9000 emails/mois avec un compte gratuit) utilisable que vous ayez un site web ou non. Vous aborderez également la préparation de la newsletter au niveau rédactionnel et iconographique.

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
- Mise en pratique
- Un support de cours est remis en fin de formation

Chaque participant doit venir avec son ordinateur et Photoshop CC installé.

La formation sera assurée par **Yannick Berges**, concepteur multimédia depuis 10 ans.

### ■ Programme

#### Matin

- Les différents types de e-newsletter
- Les caractéristiques du mail et ses contraintes
- Découverte de Sendinblue
- Création de compte
- Découverte de l'administration
- Import des utilisateurs
- Panneau de statistiques

#### Après-midi

- Concevoir la e-newsletter
- L'organisation graphique et la répartition des différents blocs d'information
- L'adaptation de l'information en fonction de la cible et des problèmes de lisibilité sur l'écran
- Quelques règles de rédaction spécifiques
- Cadre juridique
- Les obligations et interdictions
- L'abonnement et le désabonnement

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait par un exercice et autoévaluation à la fin de la formation.

## Comprendre Google Analytics

### Objectif(s) de la formation

- Comprendre les fondamentaux de la web analyse
- Créer un compte google analytics
- Maîtriser l'interface de Google Analytics
- Connaître les visiteurs et leur comportement
- Identifier les sources de trafic

### Public et pré-requis

Destiné à un public débutant en Web Analytics.

- Responsable marketing et/ou communication, Webmasters, web éditeur, référenceurs
- Prérequis : Ne jamais avoir utilisé Google analytics ou très peu.

Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

15 octobre 2019 - 19 novembre 2019 - 21 janvier 2020 -  
10 mars 2020 - 12 mai 2020 - 7 juillet 2020 - 13  
octobre 2020 - 8 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

700€ HT / personne



*Vous avez entendu parler ou découvert Google Analytics et vous souhaitez l'utiliser pour optimiser votre site Internet ? Vous voulez savoir comment installer et paramétrer l'outil ? Qui visite votre site web ? De quelle région se connectent-ils ? Comment vous-ont-ils connus ? Que cherchent-ils et comment naviguent-ils sur votre site ? Quel est le trafic depuis les mobiles ? Et bien plus...*

*Vous repartirez avec une meilleure connaissance du trafic et de ses sources, vous aidant ainsi à prioriser les actions et leviers de webmarketing et améliorer le site.*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Séance de formation présentielle, en salle, en petit groupe facilitant les échanges et l'apprentissage. La formation alterne illustrations et cas pratiques.

Chaque stagiaire apportera son ordinateur afin de manipuler et mettre en pratique en direct les points abordés pendant la formation.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Céline François**. Dans le web, le marketing et les NTIC depuis 20 ans, Céline François aime les chiffres et élabore des stratégies digitales orientées utilisateurs et ...résultats ! Elle utilise au quotidien Google Analytics aussi bien pour des projets e-commerce que des sites corporate ou de marque. Certifiée Google Analytics.

### ■ Programme

#### Matin

Découvrir la puissance de la web analyse et l'outil Google analytics

- Découvrir le fonctionnement de Google Analytics
- Comprendre les fondamentaux de la web analyse
- Maîtriser l'interface de Google Analytics

#### Après-midi

Connaître l'essentiel des rapports pertinents

- Dimensions et métriques de base
- Qui sont vos visiteurs et que font ils sur votre site ?
- D'où vient votre trafic ?
- Objectifs et Conversions
- Trucs et astuces

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires. L'évaluation des compétences acquises se fait en fin de journée à l'aide d'un questionnaire portant sur les éléments enseignés au cours de la formation. Le résultat est transmis par la suite – fondamentaux acquis ou non.

## Bien démarrer mon référencement naturel : ma première stratégie SEO

### Objectif(s) de la formation

- Améliorer le référencement naturel (SEO) de son site web
- Se rendre visible sur Google
- Mettre en place soi-même les premières actions

### Public et pré-requis

- Responsable d'entreprise cherchant à augmenter sa visibilité sur Internet, webmaster éditorial ou technique souhaitant intégrer le SEO dans ses missions
  - Rudiments du html et du fonctionnement d'un site web, ainsi que des services associés de base (Analytics...)
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 12 décembre 2019
- 30 janvier 2020
- 20 mai 2020

### Tarifs inter-entreprise

550€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Remise des slides et des accès aux ressources citées
- Exemples concrets, mise en pratique, étude de cas
- Questions/réponses

### ■ Profil de l'intervenant

**Laurent Peyrat**, Fondateur de La Mandrette , Laurent conseille et accompagne ses clients en matière de SEO et référencement naturel. Ses autres missions : la formation et le perfectionnement de référenceurs, et l'enseignement en M2 (Sciences Po).

### ■ Programme

#### Matin

##### Google

- Fonctionnement du robot
- L'algorithme de classement des pages
- Les critères de classement des pages

##### Les actions

- Mots-clés, champ lexical et intentions de recherche
- Optimisation on page

#### Après-midi

##### Les actions (suite)

- Optimisation on site
- Linking
- UX
- Notoriété

##### La mesure

- Audit de site
- Audit de Serp
- Mesure des résultats

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un QCM en fin de session.

## Ma première campagne pub avec Google Adwords

### Objectif(s) de la formation

- Savoir décrypter une page de résultat d'un moteur de recherche (Google)
- Créer, paramétrer et gérer un compte et une campagne publicitaire Google Adwords
- Rédiger des annonces marketing adaptée à la problématique de l'annonceur
- Avoir des bases de l'optimisation publicitaire sur Google
- Evaluer / calculer le retour sur investissement d'une campagne publicitaire sur Google

### Public et pré-requis

- Chef d'entreprise, webmasters, référenceurs, directeurs de sites ; tous secteurs confondus
  - Le stagiaire sera muni de son ordinateur
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

• 15 novembre 2019 - 31 janvier 2020 - 24 avril 2020 - 29 mai 2020

### Tarifs inter-entreprise

550€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Présentation Power Point, téléchargement logiciel Google Adwords Editor, création d'un compte Google Adwords, création d'une campagne publicitaire fictive, analyses de données de campagnes publicitaires existantes

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera animée par **Jean-Philippe Horard**, Consultant Formateur en marketing digital depuis plus de 10 ans. Jean-Philippe a accompagné plus de 200 entreprises dans leur stratégie Google Ads.

### ■ Programme

#### Matin

##### Écosystème du search

- Les moteurs de recherche
- La e-Publicité
- SEA vs web marketing
- SEA vs SEO
- Évolutions & marché

##### SEA : principes et fonctionnement

- Mots clefs
- Annonces
- Segmentation
- Quality score
- Les réseaux : search vs Display

*Exercices et contrôle des connaissances*

#### Après-midi

##### SEA : ma première campagne

- Trouver les bons mots clefs
- Estimer son potentiel de trafic
- Rédiger une annonce percutante
- Extensions d'annonces
- Mettre en place le tracking des conversions
- Concept de Landing page

*Exercices et contrôle des connaissances*

##### SEA : tracking et optimisations

- Analyser ses résultats
- Optimiser ses mot clefs
- Optimiser ses annonces
- Trouver les niches de rentabilité
- Calculer son retour sur investissement (ROI)

*Exercices et contrôle des connaissances*

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait sur une mise en pratique.

## Datavisualisation : Communiquer et informer avec les données

### Objectif(s) de la formation

- Acquérir la méthodologie nécessaire à la visualisation de données : collecte, tri, analyse ou décryptage
- Utiliser les données pour communiquer ou informer
- Découvrir le champ des possibles de l'utilisation des infographies dans une synthèse d'informations ou de veille
- Montrer l'intérêt d'une infographie dynamique
- Former à la création de synthèse sous forme d'infographies
- Professionnaliser sur le maniement des outils de visualisation
- Homogénéiser les livrables
- Rendre l'utilisation de l'infographie plus fluide et naturelle

### Public et pré-requis

- Tous publics, avec une envie de communiquer en vidéo. Journalistes et professionnels de la communication, du marketing ou des médias en charge de la production de contenus numériques
  - Pré-requis : Connaissances de base sur les tableurs
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

21 et 22 octobre 2019 - 29 et 30 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1000€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Formation en mode «inversé». Les parties théoriques ponctuent les exercices très pratiques.

### ■ Profil de l'intervenant

Journaliste web pendant 10 ans, **Pierre Vincenot** s'est spécialisé dans la datavisualisation. Il accompagne à l'éditorialisation des données pour raconter une histoire et transmettre des informations. Il est le co-fondateur du centre de formation Immédiat à Toulouse.

### ■ Programme

#### Les objectifs de la visualisation de données

- Développer sa culture numérique et appréhender le Big Data
- Prendre conscience de l'utilité de la représentation graphique des données
- S'interroger sur les données et développer son regard critique
- Maîtriser la méthodologie de la visualisation de données

#### Trier, nettoyer et analyser ses données

- Apprendre à trier des données
- Nettoyer un fichier avec Open Refine + Excel (ou Google Sheet)
- Maîtriser les indicateurs statistiques et leurs limites
- Identifier les données importantes en fonction de nos objectifs et de nos interlocuteurs

#### Éditorialiser et diffuser

- Raconter une histoire avec des données
- Choisir un type de graphique
- Apprendre à faire des cartes en ligne
- Créer des représentations graphiques et des frises chronologiques

#### Passer à l'action en mode projet

- Mise en oeuvre pratique des compétences acquises
- Organiser un projet collectif
- Etre capable de travailler en équipe
- Choisir une histoire et définir un angle éditorial
- Trouver, trier et représenter les données
- Savoir utiliser les différents outils testés la première journée

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

## Réaliser un branding mémorable

### 🎯 Objectif(s) de la formation

- Définir votre image de marque et votre stratégie commerciale
- Avoir réponses pragmatiques et efficaces à vos problématiques de marque ainsi qu'à vos enjeux commerciaux

### 👤 Public et pré-requis

- Formation accessible à tous.
- Apporter son propre ordinateur portable

### 🕒 Durée

2 jours (14 heures)

### 📅 Date

- 20 et 21 novembre 2019
- 21 et 22 avril 2020
- 13 & 14 mai 2020

### 📈 Tarifs inter-entreprise

1 590€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Exercices pratiques en élaborant une feuille de route
- Méthodologie basée sur l'Active Learning : 80% de pratique minimum

### ■ Profil de l'intervenant

Rachel Hampton, Formatrice Experte en stratégie digitale, image de marque, business, depuis 2006, Rachel intervient dans différentes écoles et différents centres de formation.

### ■ Programme

Poser les bases de ce que l'image de marque est et de ce qu'elle n'est pas.

#### Explorer et révéler votre marque dans tous ses sens

- Examen rétrospectif de votre marque
- Clarifier l'identité de votre activité : identifiez le fil rouge de votre parcours, vos valeurs et ce que vous apportez à vos clients de plus précieux
- Définissez ensuite votre positionnement en fonction de trois éléments : vous et votre business, vos cibles, leurs attentes et freins, vos concurrents et leurs positionnements
- Établir votre mission, la vision et les valeurs de votre entreprise
- Clarifier vos objectifs pour une plus grande réussite

#### Imaginer : trouver son Storytelling

Les histoires sont partout. Elles nous rassurent, nous inspirent, nous dirigent. Trouvez la vôtre et apprenez à « vous raconter » : un management narratif pour inspirer vos collaborateurs et vos clients. Faites un bilan de vos forces et trouvez ce qui, dans votre parcours, vous différencie par le haut.

#### L'empathie envers vos clients : en partant des frustrations, pour lui fabriquer une expérience mémorable

- Vous cherchez à établir ce que votre cœur de cibles font (DO), pensent (THINK), ressentent (FEEL) et disent (SAY). L'objectif est d'obtenir une phrase, des mots, des stories qui sont porteurs d'intérêt des besoins de vos clients
- Création de votre signature et message d'accroche
- Création d'une ligne éditoriale et image de marque, comment concevoir le bon message.

#### Planification stratégique

- Définir votre TouchPoint (signature expérience)
- Développer sa notoriété
- Stratégies de diffusion gagnantes
- Organiser et Planifier
- Tirer parti du personal branding pour mettre en avant votre image de marque et ainsi améliorer votre stratégie social media
- Gérer sa réputation
- Business Visioning

#### Créer une image de marque attractive, pro et sincère

Création de planches d'inspiration - iconographiques.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par le formateur lors d'une mise en situation.

## Réseaux sociaux

### Objectif(s) de la formation

Être capable de mettre en place de façon autonome une stratégie pertinente sur les réseaux sociaux en appréhendant l'ensemble des acteurs et des leviers

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, agences de communication
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 3 décembre 2019
- 21 janvier 2020
- 9 juin 2020
- 15 septembre 2020
- 1er décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



*Beaucoup de monde en parle mais peu les maîtrise dans leur globalité. Bien installés auprès de la jeune génération, des actifs et de certaines communautés, les réseaux sociaux peuvent vous aider à promouvoir votre offre et à recruter puis fidéliser vos clients. A vous de créer une communauté autour de votre marque !*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Impact et évolution des réseaux sociaux

- Présentation du Web 2.0
- Les principaux acteurs, leurs différences, leurs atouts
- Quels avantages tirer d'une stratégie sur les réseaux sociaux ?
- Objectifs de performance et de retour sur investissement

#### Construction d'une stratégie sur les réseaux sociaux

- Comment élaborer son plan média ?
- Quelle production de contenus faut-il prévoir ?
- Quel rythme prévoir pour les interventions ?
- Quels moyens humains et techniques sont nécessaires ?
- Présentation des usages et bonnes pratiques
- La culture et les codes de bonne conduite des principaux réseaux sociaux.

#### Outils et techniques de Community Management

- Comment être plus efficace dans ses publications ?
- Les outils d'identification des influenceurs
- Les outils de recrutement et de fidélisation de suiveurs

*Exercices pratiques sur la publication, le suivi et l'optimisation de votre stratégie : Facebook, Instagram, Twitter, Viadeo, LinkedIn, Pinterest, Youtube, Dailymotion*

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## LinkedIn : Incarnar son projet pro et mobiliser son réseau

### Objectif(s) de la formation

- Identifier l'utilité professionnelle des médias sociaux
- Prendre la main sur son image de marque digitale
- Créer / optimiser son profil LinkedIn
- Mettre en route son plan d'action

### Public et pré-requis

- Tout public souhaitant soigner son image ou celle de leur entreprise
- Pas de connaissances particulières sur les réseaux sociaux, l'absence de profil LinkedIn n'est pas un frein
- Venir avec un ordinateur portable

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 14 et 15 janvier 2020

### Tarifs inter-entreprise

1500€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Une partie se base sur un cours magistral illustré par des cas concrets.
- Mise en oeuvre pratique par les stagiaires
- La priorité est donnée à l'échange, au partage d'expérience.

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Molina**, spécialisée dans le domaine du digital (stratégie médias sociaux, personal branding et community management), elle en enseigne les techniques et les clefs de réussite.

### ■ Programme

#### Jour 1

- L'usage actuel des réseaux sociaux par les stagiaires
- La sphère professionnelle au sein des réseaux sociaux
- Le panorama des réseaux sociaux
- Le parfait profil LinkedIn en 10 points

*Exercice pratique : Quel serait votre titre ?*

- Le résumé. Le pitch de son projet professionnel

*Exercice pratique : Passer de l'oral à l'écrit*

#### Jour 2

Débriefing du jour 1. Avancée du résumé, feedback collectif.

- Un parcours bien renseigné
- Une sélection de compétences spécifiques et validées
- Une url personnalisée
- Des mots clés pertinents et répétés
- Des recommandations pertinentes et valorisantes
- Nombre et qualité de contacts
- Publier : la ligne éditoriale
- Réaliser sa première publication

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires. Le prestataire audite les comptes médias sociaux des participants en amont. L'évaluation des acquis se fait par la mise en oeuvre pratique au cours de la formation, c'est-à-dire la finalisation du profil LinkedIn.

## Facilitez-vous les réseaux sociaux

### Objectif(s) de la formation

- Réaliser un calendrier éditorial
- Programmer ses publications sur les réseaux sociaux
- Grâce à ces outils spécifiques, optimiser sa présence sur les réseaux sociaux

### Public et pré-requis

- Chefs d'entreprises, DRH, directeurs de communication, commerciale... Toute personne en charge de la marque entreprise sur les médias sociaux
- Indépendants qui ont besoin d'améliorer l'efficacité de leurs prestations sur les médias sociaux
- Toute personne ayant besoin de développer son image digitale et désireuse de professionnaliser son usage des médias sociaux
- Avoir 1 compte (Twitter, LinkedIn ou Facebook) et déjà l'utiliser dans le cadre de son activité professionnelle.
- Venir avec un ordinateur portable - **OBLIGATOIRE**

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 6 avril 2020
- 17 septembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

800€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Une partie se base sur un cours magistral illustré par des cas pratiques
- Partage d'expérience
- Des ateliers pour créer son propre calendrier éditorial et manipuler la programmation
- Le prestataire vient avec son ordinateur. Il a besoin qu'on lui fournisse un vidéoprojecteur
- Une connexion Wifi de bonne qualité est indispensable
- Les stagiaires doivent obligatoirement être munis d'un ordinateur pour la mise en oeuvre

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Molina**, spécialisée dans le domaine du digital (stratégie médias sociaux, personal branding et community management), elle en enseigne les techniques et les clefs de réussite.

### ■ Programme

#### Matin

- Être présent sur les réseaux sociaux : quels objectifs ?
- Bâtir un calendrier éditorial : quels sujets, quelle fréquence ?

*Exercice pratique : élaboration de son calendrier*

- Les différents outils de programmation (dans Facebook, Tweetdeck, Buffer, Hootsuite...)

*Exercice pratique : Ouverture d'un compte Hootsuite et exploration des fonctionnalités. Programmer quelques publications.*

#### Après-midi

- Que publier quand on n'a pas d'idées ?
- Exercice pratique : définir une ligne éditoriale.
- Où et comment trouver des sources. Les outils de veille.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

Le prestataire audite les comptes médias sociaux des participants en amont.

L'évaluation des acquis se fait par la mise en oeuvre pratique au cours de la formation.

## Optimiser sa présence dans les réseaux sociaux

### Objectif(s) de la formation

- Définir et améliorer votre stratégie médias sociaux
- Développer le maillage entre les différents espaces de son #TerritoireDigital pour obtenir plus de conversion

### Public et pré-requis

- Porteurs de projet, professionnels, entrepreneurs et chefs d'entreprise
- Connaissance élémentaire des réseaux sociaux
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 12 mars 2020

### Tarifs inter-entreprise

320€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Animateur : connexion Internet (wifi), vidéoprojecteur, écran et tableau de papier
  - Participants : ordinateur portable avec connexion Internet (wifi de préférence)
- Chaque participant aura un accès personnel sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital qui regroupe le support, les ressources de la formation et les outils de suivi.

### ■ Profil de l'intervenant

**Philippe Contal**, Acteur du numérique depuis 1996 et Directeur digital associé. Philippe est formateur sur la stratégie de territoire digital de l'entreprise.

### ■ Programme

#### Matin

- Découverte du concept de #TerritoireDigital
- Exploration des différents réseaux sociaux, de leur positionnement...
- Particularités syntaxiques des réseaux

#### Après-midi

- Déclinaison personnalisée des réseaux sociaux pour chaque participant
- Mesurer et optimiser sa présence dans les réseaux sociaux

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un questionnaire en ligne (accès sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital).

## Construire une stratégie médias sociaux

### Objectif(s) de la formation

- Réaliser un audit de sa présence sur les médias sociaux et celle des concurrents
- Définir ses objectifs sur les médias sociaux et trouver ses cibles
- Elaborer une stratégie pertinente et optimisés en terme de moyens
- Être prêts à réagir en cas de gestion de crise
- Identifier les indicateurs à suivre et réaliser un reporting

### Public et pré-requis

- Communicant dans le cadre du déploiement de la communication digitale de l'entreprise.
  - Tout autre fonction en charge de la mission communication (chefs d'entreprises TPE-PME, Responsable RH, commercial, responsable marketing)
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 2 et 3 décembre 2019 - 17 et 18 juin 2020
- 9 et 10 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 500€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Cours magistral illustré par des cas concrets.
- La priorité est donnée à l'échange, au partage d'expérience.
- Le prestataire vient avec son ordinateur. Il a besoin qu'on lui fournisse un vidéoprojecteur
- Une connexion Wifi de bonne qualité est indispensable.
- Les stagiaires doivent obligatoirement être munis d'un ordinateur pour la mise en oeuvre.

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Molina**, spécialisée dans le domaine du digital (stratégie médias sociaux, personal branding et community management), elle en enseigne les techniques et les clefs de réussite.

### ■ Programme

#### Première demi-journée

##### Pourquoi une stratégie et ses 7 étapes ?

- L'audit, les objectifs, les méthodes et les outils.

*Exercice pratique : Mise en oeuvre de l'audit pour un marque fictive (cas pratique utilisé tout au long de la formation)*

#### Deuxième demi-journée

- Les cibles

*Exercice pratique : La matrice des bénéfices pour notre cas fictif.*

- Les objectifs

*Exercice pratique : Formuler un objectif « médias sociaux ».*

#### Troisième demi-journée

- Le choix des réseaux sociaux. Panorama des principaux réseaux existants et exemples de campagnes.

- La ligne éditoriale et les règles incontournables.

*Exercice pratique : Définition de la ligne éditoriale du cas fictif.*

#### Quatrième demi-journée

- Organiser la publication, calendrier et programmation

*Exercice pratique : Le calendrier à 3 mois de notre cas fictif. Maniement d'un compte hootsuite, programmation.*

- Choisir et suivre des indicateurs.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par les échanges au cours de la formation.

## Personal branding : maîtriser son image digitale grâce aux médias sociaux

### Objectif(s) de la formation

- Identifier ses traces digitales
- Être l'auteur de sa marque digitale
- Agir face aux traces négatives

### Public et pré-requis

Tout public, quelle que soit la pratique digitale  
Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour

### Date

- 5 novembre 2019
- 14 mars 2020

### Tarifs inter-entreprise

800€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Cours magistral illustré par des cas concrets.
- La priorité est donnée à l'échange, au partage d'expérience.
- Le prestataire vient avec son ordinateur. Il a besoin qu'on lui fournisse un vidéo projecteur.

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Molina**, spécialisée dans le domaine du digital (stratégie médias sociaux, personal branding et community management), elle en enseigne les techniques et les clefs de réussite.

### ■ Programme

#### Matin

- Qu'est-ce que l'e-reputation, le personal branding, la marque entreprise.
- L'empreinte digitale ? Que sait-on de vous ? Peut-on faire le ménage ?
- Exercice pratique : chaque participant recherche l'empreinte digitale d'autres présents à la formation. Debrief.
- Quels sont vos objectifs, vos enjeux pro ?
- Le panorama des réseaux sociaux : définition, chiffres-clés, fonctionnalités et usages personnels/professionnels exemples de publications.

#### Après-midi

- Vos profils, forme et le fond.
- Exercice pratique : quel choix de réseaux pour répondre à ses objectifs, comment mettre en cohérence ses différents profils
- Votre stratégie de marque différenciante.
- Que publier et comment trouver des sources
- Exercice pratique : réaliser quelques publications, rechercher des contacts pertinents

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
Le prestataire audite les comptes médias sociaux des participants en amont.  
L'évaluation des acquis se fait par les échanges au cours de la formation.

## Écriture web

### Objectif(s) de la formation

Être capable de rédiger un contenu rédactionnel adapté aux contraintes du web et répondant à un objectif d'optimisation de référencement

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, webmasters
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 4 décembre 2019
- 22 janvier 2020
- 10 juin 2020
- 16 septembre 2020
- 2 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



Le comportement d'un lecteur sur un support web est différent de celui d'un lecteur sur support papier. <sup>47</sup>  
Le temps de concentration, la disponibilité, le ton utilisé doivent être adaptés aux « codes » du digital.  
Les mots utilisés, s'ils sont bien choisis, vont servir au bon référencement de votre publication sur les moteurs de recherche. Devenez expert en rédaction de contenu web en maîtrisant ces leviers de visibilité !

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Comprendre les enjeux de la rédaction web

- Connaître les bénéfices d'un contenu performant
- S'adapter aux comportements des internautes
- Compétences indispensables à un rédacteur web
- Focus sur le Brand Journalism
- Cibler les bons canaux de communication

#### La rédaction web au service de votre visibilité Internet

- La structuration du texte et son impact, le rôle des liens hypertextes
- Les règles de rédaction à respecter
- Préparation du champ sémantique et choix des mots clés
- Rédiger un contenu en faveur de l'internaute
- La rédaction sociale : comment inciter, engager et faire adhérer ?

#### Outils et méthodes pour aider à la rédaction web

- Comment définir sa stratégie éditoriale ?
- Savoir identifier la cible et le ton à adopter
- Appréhender les outils de veille et d'alerte, sources d'informations
- Connaître les outils du journaliste web
- Focus sur les accessoires pour gagner du temps
- Méthodes pour planifier et synchroniser ses publications

#### Mesure et analyse de l'impact des contenus

- Évaluer la rédaction à l'aide des indicateurs de performance clés
- E-réputation et notoriété
- Lien avec la stratégie de communication globale de l'entreprise
- Suivi des objectifs de visibilité

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Écrire juste pour mieux communiquer

### Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire connaîtra les règles de base de l'écriture journalistique et sera en mesure de les mettre en oeuvre afin de communiquer sur les réseaux sociaux, site web et réaliser ses supports : plaquette, flyer, dossiers de présentation.

### Public et pré-requis

- Toute personne ayant à communiquer par écrit.
  - Groupe de 8 personnes maximum
  - Niveau débutant : aucun prérequis
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 15 et 16 janvier 2020
- 17 et 18 mars 2020
- 23 et 24 septembre 2020
- 25 et 26 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

800€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Les séances de formation se déroulent dans une salle de formation située à Montpellier. Le lieu exact sera précisé sur la convocation. Chaque stagiaire peut venir avec son propre ordinateur. La formation est une alternance d'apports théoriques et d'exercices. Une large place est accordée à la mise en pratique. Un support de cours, comprenant les exercices réalisés, lui sera remis en fin de la session de formation.

### ■ Profil de l'intervenant

Après une première carrière de journaliste dans l'audiovisuel et la presse écrite, **Anne Debaille-Bellissens** était responsable de la communication interne d'une grosse structure. Après une reconversion professionnelle, elle est aujourd'hui Chief Happiness Officer, responsable des ressources humaines et de la communication, au sein d'une ESN de Montpellier.

### ■ Programme

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou du profil des stagiaires.

#### Première demi-journée

**Communiquer : quelques règles de base**

- Connaître sa cible
- Choisir ses supports
- Identifier les sujets adaptés à sa cible et ses supports

*Travaux pratiques : Travail individuel d'identification des cibles propres. Identification des supports les plus appropriés.*

#### Deuxième demi-journée

**Savoir aller à l'essentiel**

- Qui, quoi, quand, comment, pourquoi : connaître et savoir appliquer la règle des 5W.
- Adapter ses écrits aux différents supports.

*Travaux pratiques : Mise en pratique de la règle des 5 W : production de texte. Apprendre à réduire ses textes pour aller à l'essentiel.*

#### Troisième demi-journée

**Rédiger pour être mieux lu**

- Se débarrasser du stress de la page blanche
- Rythmer ses phrases
- Savoir choisir ses mots

*Travaux pratiques : Atelier d'écriture dirigé sur les différentes thématiques abordées*

#### Quatrième demi-journée

**Enrichir son écriture**

- Titre, intertitre, accroche, légende... : tout a son importance
- Choisir son iconographie : éviter la redondance avec le texte

*Travaux pratiques : Repérer les éléments clés dans la construction des textes. Travailler les différents éléments : Titre, intertitre, accroche...*

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. Une évaluation de la production des écrits au cours des exercices permettra au formateur de guider le stagiaire sur les axes de progrès à mettre en place.

## E-mail marketing

### Objectif(s) de la formation

Être capable de concevoir, diffuser et mesurer une campagne e-mailing en respectant les paramètres indispensables à son succès

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, webmasters
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 12 décembre 2019
- 27 février 2020
- 15 mai 2020
- 8 septembre 2020
- 8 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



L'e-mail est un support d'acquisition et de fidélisation très utilisé depuis de nombreuses années. Son 49 efficacité sous certaines conditions n'est plus à démontrer. Découvrez comment concevoir et diffuser une campagne e-mailing sans passer pour un spammeur et garantir ainsi la bonne réception et la lecture du mail. Devenez expert en campagne e-mailing performante !

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Les principes de base d'une campagne e-mailing performante

- Les règles à respecter
- Le choix de l'outil de paramétrage et de diffusion
- Le contenu textuel
- Le contenu graphique
- La structure Html

#### Construction d'une base de données prospects

- Être informé de la législation
- Par quel canal constituer sa base de données ?
- Savoir gérer, préparer et segmenter le fichier

#### Acquisition et fidélisation. Quelle stratégie par e-mailing ?

- Définition de vos objectifs
- Concevoir un message en adéquation avec votre cible

#### Utiliser les outils de tests avant diffusion

- Split testing, tests de réception et e-mail rendering

#### Analyser le retour de votre campagne e-mailing

- Identifier les indicateurs à prendre en compte
- Paramétrer les indicateurs de performance
- Mesurer et optimiser les résultats obtenus

#### Autres usages de l'e-mailing

- Automatisation des e-mails avec scénario prédéfini (trigger marketing)
- Dynamisation des réseaux sociaux
- E-mailing et supports mobiles

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Veille et e-réputation

### Objectif(s) de la formation

Être capable de mener une veille stratégique sur son marché en utilisant les outils web disponibles

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, community manager
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 5 décembre 2019
- 23 janvier 2020
- 11 juin 2020
- 17 septembre 2020
- 3 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



Suivre l'évolution de votre marché et veiller à la bonne réputation de votre marque, voilà deux facteurs déterminants dans la stratégie de votre entreprise.

Gagnez du temps et soyez hyper réactif en maîtrisant ces outils !

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Comprendre les enjeux d'une veille stratégique

- Veille concurrentielle
- Veille commerciale
- Veille sectorielle
- Comment définir la veille indispensable à la vision de son marché ?
- Appréhender le lien entre la veille et l'e-réputation

#### Comprendre les enjeux autour de l'e-réputation

- Comment l'e-réputation se construit ?
- Quelle maîtrise pouvez-vous en avoir ?
- Les curseurs à poser et à suivre selon votre marché
- Que faire en cas de notes négatives ?

#### Savoir définir une action de veille

- Comment déterminer les informations déterminantes pour votre activité ?
- Comment analyser vos besoins ?
- Identifier les sources qui répondent à vos objectifs

#### Découvrir les outils et techniques de veille

- Les filtres
- Les alertes et les tableaux de bord
- Comment exploiter les résultats de la veille dans l'entreprise ?
- Focus sur un outil

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Google Analytics

### Objectif(s) de la formation

Être capable de paramétrer l'outil de statistique Google Analytics en appréhendant toutes les capacités d'analyse de l'outil afin de mesurer ses actions sur Internet

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, gérants de sites e-commerce
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 10 décembre 2019
- 20 mars 2020
- 28 mai 2020
- 6 juillet 2020
- 10 septembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



Google Analytics est un outil gratuit proposé par Google qui vous permet de mesurer ce que vous rapporte votre site Internet : nombre de visiteurs, source du trafic, comportement des internautes, nombre de conversions.  
Devenez autonome dans la gestion de cet outil indispensable à la mesure de votre retour sur investissement !

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets
- La formation sera assurée par un expert digital IINWIN.

### ■ Programme

#### Démarrer avec Google Analytics

- Fonctionnement de l'outil. Quelles données à analyser ?
- Ouvrir un compte Google Analytics
- Définition de vos objectifs de mesure et paramétrages correspondant

#### Analyser le trafic de votre site

- Déterminer le profil et le volume de visiteurs
- Suivre le comportement des visiteurs sur le site et leur cheminement
- Performance de la génération de trafic (SEO, SEM, campagne Marketing)
- Utiliser les indicateurs pour optimiser les pages du site selon l'intérêt des internautes

#### Comprendre les sources de trafic

- Quels indicateurs exploiter ?
- Quelles sont les différentes sources identifiées ?

#### Les indicateurs clés de performance pour capter les visiteurs

- Définition des objectifs
- Paramétrage des entonnoirs de conversion
- Maîtrise des indicateurs dans Google Analytics
- Suivi des résultats chiffrés
- Analyse des chemins de conversion

#### Mettre en place un reporting

- Pilotage des rapports de visites (alerte, tableau de bord etc.)
- Suivi et optimisation des actions marketing (adwords, réseaux sociaux, e-commerce)

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Le référencement naturel

### Objectif(s) de la formation

Être capable de mettre en place une stratégie de référencement naturel en appréhendant les outils et techniques qui agissent sur la visibilité de votre site internet

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, agences de communication
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 11 décembre 2019
- 26 mars 2020
- 14 mai 2020
- 9 juillet 2020
- 15 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



*Le référencement naturel est la capacité de votre site internet à apparaître sur la première page de résultats d'un moteur de recherche. Il existe de nombreux critères à remplir qui permettent de rendre votre site visible. Devenez l'expert du référencement naturel de votre site web !*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Le rôle des moteurs de recherche dans le référencement de votre site

- Fonctionnement des moteurs de recherche
- Parts de marchés des moteurs et statistiques
- Présentation du moteur Google et de son impact sur le référencement

#### Les bonnes pratiques du référencement naturel ou SEO

- Connaître les moyens et supports pour être visible sur internet
- Savoir la différence entre un référencement naturel et un référencement payant
- Comprendre les principes d'un bon référencement et ce qui peut pénaliser votre site
- Connaître les « bonnes » et les « mauvaises » pratiques et les risques encourus
- Appréhender les techniques de référencement On-site
- Appréhender les techniques de référencement Off-site

#### Les mutations du référencement naturel

- Géolocalisation et recherche mobile
- Recherche sémantique et html5
- Quel impact des réseaux sociaux dans le SEO ?
- Le SEO et l'E-réputation

#### Outils indispensables au développement d'une stratégie SEO

- Savoir se servir du générateur de mots clés et tendance des recherches
- Appréhender le suivi du positionnement
- Découvrir l'outil Google Analytics et ses fonctions
- Connaître les outils gratuits d'analyse et de suivi

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Développer soi-même sa visibilité locale grâce à la publicité en ligne

### Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de prendre en main les différents réseaux sociaux et leurs plateformes publicitaires qui correspondent à leurs cibles.

### Public et pré-requis

- Gérant(e)s de TPE / PME désirant améliorer leur visibilité locale via Internet, et ne souhaitant pas passer par une agence de communication pour confier ces missions.
- Les stagiaires devront être dotés d'ordinateurs et/ou smartphones connectés à Internet pour suivre cette formation, et doivent au préalable avoir une vraie problématique de communication locale à résoudre. Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

2 jours (14 heures), séparés par 2 semaines minimum

### Date

- 7 et 21 novembre 2019 - 9 et 23 janvier 2020 - 5 et 19 février 2020 - 5 et 22 mai 2020 - 2 et 16 juillet 2020 - 3 et 17 septembre 2020 - 5 et 19 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 000€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Pendant les 2 semaines qui sépareront les 2 journées de formation, les stagiaires devront mettre en place un ou plusieurs outil(s) de communication digitale dans le cadre de leur contexte professionnel. La seconde journée de formation servira à dégrossir, puis à analyser, le travail effectué pendant cette période. Les deux journées de formation seront dispensées en salles équipées d'écrans et de vidéoprojecteurs. Un document au format PowerPoint permettra, tout au long de la formation, de mettre en image ce qui sera appris aux stagiaires.

À l'issue de la formation, les stagiaires devront remplir un questionnaire de satisfaction permettant de mettre potentiellement en lumière des zones d'ombres, à retravailler en entretiens individuels. Une fois la formation finie, les stagiaires recevront par e-mail un document récapitulatif.

Pendant une période de 3 mois, les stagiaires bénéficieront d'un SAV grâce auquel ils pourront perfectionner leurs savoirs acquis en formation. Un RDV téléphonique et/ou physique pourra être programmé dans la mesure du possible.

### ■ Profil de l'intervenant

**Philippe Barre**, avec plusieurs années d'expérience dans la publicité en ligne, a monté en 2017 sa propre agence de communication digitale. Il vous propose aujourd'hui d'en apprendre davantage sur le fonctionnement des outils du web marketing.

### ■ Programme

#### Première journée

- Tour de table et présentation des différents stagiaires : quelles sont les problématiques rencontrées par chacun(e) des participant(e)s à cette formation ?
- Présentation des réseaux sociaux principaux et des solutions publicitaires : à quoi servent-ils ? Quels outils utiliser dans quels contextes ? Pourquoi passer par la publicité en ligne ?
- Activités pratiques & cas pratiques : analyse et auto-critique des comptes sociaux des participants, analyse de publicités potentiellement déjà créées par les stagiaires, création d'une ou plusieurs publicité(s) factice(s)...
- Définition des missions confiées aux stagiaires : à l'issue de la première journée, chacun(e) des stagiaires se verra confier une mission concrète de communication digitale à appliquer dans son environnement professionnel, de sorte à s'assurer que les savoirs vus en formation soient bien acquis.

#### Deuxième journée

- Retour sur la 1ère journée : ce qui a été retenu / oublié de la 1ère journée, les points à éclaircir...
- Analyses complètes des cas pratiques travaillés par les stagiaires : un à un, les stagiaires viendront présenter aux autres stagiaires le fruit de leur travail
- Tour de table de conclusion : la formation a-t-elle permis aux stagiaires de monter en compétences ? Certaines questions restent en suspens ?
- Remise des questionnaires de satisfaction : en fonction de l'analyse de ces questionnaires, pourront être programmés RDV et appels téléphoniques en aval de la formation pour éclaircir les zones d'ombres ou perfectionner les acquis.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait avec un questionnaire de satisfaction et en fonction du résultat de ces questionnaires, avec un RDV physique ou téléphonique de façon à résoudre les éventuelles problématiques soulevées. Pendant 3 mois à l'issue de cette formation, les stagiaires bénéficieront d'un SAV : ils pourront joindre le formateur par e-mail et/ou par téléphone.

## Le référencement publicitaire

### Objectif(s) de la formation

Être capable de définir et de mettre en place une campagne de visibilité web payante avec efficacité tout en mesurant votre retour sur investissement

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, webmasters
  - Être utilisateur d'Internet
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 20 novembre 2019
- 18 mars 2020
- 13 mai 2020
- 15 juillet 2020
- 28 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



Le référencement publicitaire permet de bien positionner votre site internet en résultat de recherche sur les termes de votre choix. Devenez l'expert de votre communication digitale payante !

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Les principes de base d'une campagne de référencement payante

- Les différents formats d'annonces Adwords
- Comment cibler et choisir l'emplacement de chaque annonce ?
- Comprendre les enchères et maîtriser son budget Adwords
- Découverte de l'outil Google Adwords

#### Élaborer une stratégie de référencement publicitaire

- Comment définir vos objectifs ?
- Comment structurer vos campagnes ?
- Comment rédiger les annonces textuelles ?
- Quel impact sur le Quality score ?
- Analyse des statistiques et optimisation des éléments de la campagne

#### Découverte et prise en main des outils de création de campagne

- Création et paramétrage de vos campagnes avec Google Adwords
- La solution Adwords Editor pour les gros volumes
- Sélectionner la sémantique ciblée avec Google générateur de mots clés
- L'analyse de vos résultats avec Google Analytics

#### Contrôler les performances de votre campagne payante

- Comment configurer les outils de suivi et analyser les conversions ?
- Comment optimiser les performances des annonces ?

#### Les campagnes payantes par le réseau Display

- Pourquoi choisir le réseau Display ?
- Qu'est-ce que le réseau Google Shopping ?
- Quels sont les différents formats d'annonces et leurs emplacements ?
- Présentation du ciblage re-marketing

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Booster la performance digitale avec une stratégie éditoriale adaptée

### Objectif(s) de la formation

- Comprendre les enjeux et les clés du référencement naturel
- Développer le maillage entre les différents éléments qui composent la présence digitale

### Public et pré-requis

- Porteurs de projet, professionnels, entrepreneurs et chefs d'entreprise
  - Connaissance élémentaire de l'utilisation des outils (recherche, navigation, réseaux)
  - Groupe de 5 à 8 personnes
- Apporter un ordinateur ou une tablette.

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 28 et 29 mai 2020

### Tarifs inter-entreprise

650€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Animateur : connexion Internet (wifi), vidéoprojecteur, écran et tableau de papier
  - Participants : ordinateur portable avec connexion Internet (wifi de préférence)
- Chaque participant aura un accès personnel sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital qui regroupe le support, les ressources de la formation et les outils de suivi.

### ■ Profil de l'intervenant

**Philippe Contal**, Acteur du numérique depuis 1996 et Directeur digital associé. Philippe est formateur sur la stratégie de territoire digital de l'entreprise.

### ■ Programme

#### Première demi-journée

- Découverte du concept de #TerritoireDigital
- Exemples de différents territoires digitaux

#### Deuxième demi-journée

- Le référencement naturel : enjeux et limites
- Les facteurs-clés de succès d'une stratégie éditoriale

#### Troisième demi-journée

- Création de contenus pertinents et efficaces
- Indicateurs de performance éditoriale
- Boucle de rétroaction en matière de publication

#### Quatrième demi-journée

- Routines éditoriales, mesure de performance
- Premières recommandations éditoriales pour chaque participant

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un questionnaire en ligne (accès sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital).

## Stratégie digitale

### Objectif(s) de la formation

Être capable d'élaborer une stratégie web efficace et pertinente, puis d'en mesurer les retours en s'appuyant sur des outils professionnels

### Public et pré-requis

- Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, agences de communication
  - Être utilisateur d'Internet.
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 22 novembre 2019
- 12 mars 2020
- 29 avril 2020
- 10 juillet 2020
- 6 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

900€ HT / personne



La stratégie digitale de votre entreprise comprend toute la communication diffusée via les supports web : site internet, blog, réseaux sociaux, campagne e-mailing, bandeaux publicitaires, publi-rédactionnel, display, netlinking, re-marketing, e-réputation... Devenez l'expert de votre stratégie digitale et intégrez sa dimension à votre communication globale !

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Séance de formation en salle
- Exposés théoriques : supports pédagogiques projetés et commentés par le formateur
- Études de cas concrets

### ■ Profil de l'intervenant

**Inwin Hérault**, membre du réseau national d'experts digitaux Inwin est une agence digitale basée à Montpellier. Inwin Hérault accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies digitales. Former sur le domaine digital est l'une de nos expertises.

### ■ Programme

#### Poser sa stratégie webmarketing

- Connaître les enjeux, les usages, les audiences
- Définir ses objectifs et la cible
- Fonctionnement des moteurs de recherche
- Le site internet (CMS, ergonomie, sémantique, contenu)

#### Les leviers de trafic webmarketing

- Référencement naturel et payant
- Réseaux sociaux et web 2.0
- E-publicité et achat d'espace sur internet
- Partenariats et affiliations
- Marque et e-reputation
- Marketing viral
- Planifier votre budget

#### Appréhender les outils de webmarketing

- Google Analytics
- Google Webmastertool
- Hootsuite
- Google trends
- Google Générateur de mots clés

#### Suivi et analyse du R.O.I.

- Définir des indicateurs de performance
- Mesurer et analyser des résultats
- Faire évoluer sa stratégie digitale

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :

- Questionnaire oral et écrit à chaud
- Fiches d'évaluation
- Questionnaire écrit a posteriori.

## Fondamentaux du e-commerce

### Objectif(s) de la formation

Initier une stratégie efficace pour accompagner le lancement ou la refonte d'un site de e-commerce

### Public et pré-requis

- Dirigeants de TPE / PME
  - Professionnels de la communication et du marketing
  - Une connaissance fondamentale du marketing et / ou de la communication est indispensable pour suivre cette formation.
  - Une bonne connaissance de l'entreprise (clients / fournisseurs - charges / produits) est nécessaire.
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- |                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
| • 5 et 6 novembre 2019 | • 5 et 6 mai 2020       |
| • 3 et 4 décembre 2019 | • 2 et 3 juin 2020      |
| • 7 et 8 janvier 2020  | • 1 et 2 septembre 2020 |
| • 4 et 5 février 2020  | • 6 et 7 octobre 2020   |
| • 3 et 4 mars 2020     | • 3 et 4 novembre 2020  |
| • 7 et 8 avril 2020    | • 1 et 2 décembre 2020  |

### Tarifs inter-entreprise

1 400€ / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Quiz amont
- Alternance de théorie, de démonstration par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices
- Quiz aval

### ■ Profil de l'intervenant

**Sylvain Tourrière**, responsable e-commerce pendant plus de 10 ans.

### ■ Programme

#### Première demi-journée

Identifier les atouts et les contraintes de l'e-commerce

#### Deuxième demi-journée

Définir la viabilité d'un projet

#### Troisième demi-journée

Intégrer les fondamentaux liés aux développement d'un site e-commerce

#### Quatrième demi-journée

Analyser ses performances et fidéliser ses clients

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait par un QCM.

## Créer du contenu pour le web

### Objectif(s) de la formation

- Identifier les règles d'ergonomie de la rédaction web
- Structurer et formater un article de blog
- Synthétiser un texte pour les réseaux sociaux

### Public et pré-requis

- Toutes personnes ayant envie et besoin de prendre en main les réseaux sociaux de son entreprise
  - Savoir utiliser un ordinateur et un smartphone, et naviguer sur internet. Venir avec le sien.
- Apporter un ordinateur ou une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

#### Toulouse

- 18 octobre 2019
- 28 novembre 2019
- 28 janvier 2020
- 24 mars 2020
- 12 mai 2020
- 30 juin 2020
- 8 septembre 2020
- 3 novembre 2020

#### Montpellier

- 5 novembre 2019
- 3 décembre 2019
- 4 février 2020
- 31 mars 2020
- 19 mai 2020
- 2 juillet 2020
- 10 septembre 2020
- 5 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

490€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentiel, magistrale et interactive.
- Un memento sera remis aux stagiaires à la fin de la formation

### ■ Profil de l'intervenant

**Sylvie Clergerie**, formatrice et consultante en communication digitale.

### ■ Programme

#### Matin

Présentation de la formation, tour de table.

#### Identifier les règles d'ergonomie de la rédaction web

- Comment lit-on sur internet ?
- Présentation des règles d'ergonomie

#### Structurer et formater un article de blog (1/2)

- Comment mettre en forme et articuler un texte ?

#### Après-midi

#### Structurer et formater un article de blog (2/2)

- L'identification des mots-clés et l'insertion des balises html
- Un article : plusieurs titres

#### Synthétiser un texte pour les réseaux sociaux

- Rédaction d'une biographie courte, pertinente et claire pour chaque réseau
- Ecriture de textes courts et pertinents
- S'adapter aux exigences et aux caractéristiques de chaque réseau

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de execution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence élargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par des mises en situation dans chaque sequence, une fiche d'auto-évaluation est distribuée au début de la journée pour que le stagiaire se positionne sur ses capacités en début et en fin de formation.

## Utiliser les réseaux sociaux de manière professionnelle

### 🎯 Objectif(s) de la formation

- Identifier les différents réseaux sociaux et leur cible
- Créer des posts différenciés et efficaces à publier sur chaque plateforme
- Rédiger une biographie cohérente
- Découvrir les outils du community manager

### 👥 Public et pré-requis

- Toutes personnes ayant envie et besoin de prendre en main les réseaux sociaux de son entreprise
- Savoir utiliser un ordinateur et un smartphone, et naviguer sur internet. Venir avec le sien.

### 🕒 Durée

1 jour (7 heures)

### 📅 Date

#### Toulouse

- 14 octobre 2019
- 27 novembre 2019
- 27 janvier 2020
- 23 mars 2020
- 11 mai 2020
- 29 juin 2020
- 7 septembre 2020
- 2 novembre 2020

#### Montpellier

- 4 novembre 2019
- 2 décembre 2019
- 3 février 2020
- 30 mars 2020
- 18 mai 2020
- 1er juillet 2020
- 9 septembre 2020
- 4 novembre 2020

### 📊 Tarifs inter-entreprise

490€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentiel, magistrale et interactive.
- Un memento sera remis aux stagiaires à la fin de la formation.

### ■ Profil de l'intervenant

Sylvie Clergerie, formatrice et consultante en communication digitale.

### ■ Programme

#### Matin

Présentation de la formation, tour de table.

#### Utiliser Facebook

- Présentation du réseau social
- Évaluation de la cible du réseau
- Production de contenu adapté

#### Utiliser Twitter

- Présentation du réseau social
- Mode de fonctionnement et évaluation de la cible du réseau
- Production de contenu adapté

#### Découvrir les outils du Community Manager (1/2)

- Les outils de programmation

#### Après-midi

#### Utiliser Instagram

- Présentation du réseau social
- Les effets perverses d'instagram et comment y échapper.
- Production de contenu adapté

#### Utiliser LinkedIn

- Présentation du réseau social
- Production de contenu adapté ou création de compte entreprise

#### Découvrir les outils du Community Manager (2/2)

- Comment établir un calendrier éditorial ?
- Quels outils pour surveiller son e-reputation et la concurrence ?

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de execution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par des mises en situation dans chaque sequence, une fiche d'auto-évaluation est distribuée au début de la journée pour que le stagiaire se positionne sur ses capacités en début et en fin de formation.



# COMPÉTENCES TRANSVERSES

---

## Concevez votre site internet

### Objectif(s) de la formation

- Définir ses besoins de communication Internet
- Réaliser son cahier des charges et choisir ses prestataires ou outils
- Connaître les bases de la création d'un site internet pour préparer et réaliser son projet

### Public et pré-requis

Le stagiaire viendra muni de son ordinateur

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 4 et 5 novembre 2019
- 4 et 5 mai 2020
- 2 et 3 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

600€ HT / personne



*Au-delà de la mise en place d'un site Internet et de son cahier des charges, cette formation balaye de façon précise et pratique la stratégie marketing nécessaire à un tel projet. Tournée vers l'acquisition de méthodes, elle s'appuie sur des exemples pratiques*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
- Mise en pratique
- Un support de cours est remis en fin de formation

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée soit

- par **Céline Robert**, webdesigner depuis 18 ans
- par **Yannick Berges**, concepteur multimedia depuis 10 ans

### ■ Programme

- Présentation d'Internet
- Qu'est-ce qu'un site : définitions, langages, outils
- Les différents types de site
- Définir ses besoins (atelier)
- Définir la structure, la charte graphique, l'organisation...
- Choisir ses prestataires (hébergeur, ...)
- Faire une demande de devis : que mettre dans un cahier des charges ?
- Le suivi de projet

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un exercice et autoévaluation à la fin de la formation

## Comment bien cadrer son projet client ?

### Objectif(s) de la formation

- Réaliser un audit
- Établir un devis
- Construire un cahier des charges en fonction des besoins du client

### Public et pré-requis

- Freelance, chef de projet en devenir
- Chacun devra être muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 19 et 20 décembre 2019
- 16 et 17 janvier 2020

### Tarifs inter-entreprise

550€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Séances de formation en salle alternant théorie et mise en pratique sur des cas concrets.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation est assurée par **Jérémy SimonKlein**, freelance informatique et gestion de projet.

### ■ Programme

#### Le contexte

- Théorie sur la gestion de projet
- Comment mener un audit ?
- Comment rédiger un devis

#### Partie pratique

- Faire un audit sur une étude de cas
- Rédiger un devis en conséquence
- Challenge collaboratif des devis

#### Le Cahier des charges

- Comment construire son équipe (organisation, méthodes de communication) ?
- Technique de rédaction d'un cahier des charges (comment rédiger 80 pages en 2 jours ?)

#### Rédaction du Cahier des charges sur même cas

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un QCM.

## La pensée design : initiation à la méthode d'innovation du Design Thinking

### Objectif(s) de la formation

- S'approprier la pensée design : les valeurs, les étapes et les champs d'application, et les passerelles avec les démarches d'innovation structurée
- Expérimenter et utiliser différentes techniques participatives
- Intégrer ces apprentissages dans un environnement d'équipes pluridisciplinaires, par des activités qui favorisent la démarche collaborative

### Public et pré-requis

- Managers, cadres et responsables d'équipe tous secteurs
- Coachs, consultants
- Animateurs de réseaux, d'équipes
- Toute personne investie dans les modes collaboratifs nécessitant l'intelligence collective sans pré-requis

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 24 et 25 octobre 2019
- 23-24 avril 2020
- 12-13 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Le stagiaire bénéficiera d'une pédagogie active alternant apports théoriques et mises en application à travers une étude de cas inspirée par la vie locale, qui permettra de mettre en pratique sur le terrain et de manière interactive les apprentissages. L'échange et les retours d'expérience de chacun seront à la base de la formation pour ancrer la pensée design.

La formation se déroulera dans salle aménagée pour les séances participatives et créatives, avec le matériel d'animation nécessaire, un dossier pdf des techniques sera remis aux stagiaires.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mélanie Grillou Jonville**, designer, formatrice et formatrice depuis 2009.

### ■ Programme

#### Le processus d'innovation et la posture du designer

- Les postures et 10 réflexes fondamentaux
- Les 2 modes de pensée : divergence et convergence
- Les 5 étapes de la méthode du Design Thinking

#### La boîte à outils des techniques créatives

- techniques d'empathie : la mindmap, carte d'empathie, persona
- techniques d'idéation : brainstorming et brain post it, matrice morphologique, connexions forcées visuelles, consultants virtuels
- techniques de convergence : la méthode des critères, avocat de l'ange, clustering
- techniques de cadrage et prototypage : dessine-moi le chemin, plan d'action et fiches idées

#### Le climat créatif : Animation et dynamique de groupe

### ■ Suivi et évaluation

Les conditions générales dans lesquelles la formation est dispensée, notamment les moyens pédagogiques et techniques, les modalités de contrôle de connaissances, sont les suivantes : support de la formation fourni à la fin de chaque session, fiches de présence émargées, feuille d'évaluation et accompagnement personnalisé sur demande.

## Favoriser l'intelligence collective et la collaboration

### Objectif(s) de la formation

- Connaître les ingrédients nécessaires à la collaboration
- Expérimenter une palette de concepts et outils pour faire émerger l'intelligence collective et la mettre au service d'un objectif
- Faire évoluer sa posture
- Acquérir les premières clés de gestion d'un groupe

### Public et pré-requis

- Managers, chefs de projet, responsables opérationnels,...
- Être en situation d'animer des groupes ou des équipes, avoir l'envie de mobiliser l'intelligence collective et d'améliorer la collaboration

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 12 et 13 novembre 2019
- 12 et 13 mars 2020
- 15 et 16 juillet 2020
- 6 et 7 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 000€ HT / personne



*Un temps collectif est un temps précieux. Pour lui redonner du sens et de la valeur, cette formation vous propose de vivre ce qui fait la différence entre une simple coopération et une vraie collaboration, dans laquelle les intelligences de chacun se sont alliées entre elles, pour créer un résultat qu'aucun ne pourrait atteindre seul, même avec plus de temps... Un moment productif, fugitif, et difficile à reproduire...sauf si on sait faire émerger l'intelligence collective d'un groupe, et en faire un réseau collaboratif.*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Séance de formation en salle, animée par un formateur Coach avec des pratiques collaboratives et des temps de feed back.  
Théorie, réflexion individuelle et collective, Partage d'expérience, pratique.

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Joly**, passionnée par les mécanismes de la coopération. Sophie coache les personnes et les équipes vers le «mieux travailler ensemble», et forme aux techniques qui invitent et orchestrent l'intelligence collective et la créativité dans le groupe.

### ■ Programme

- L'intelligence collective, la collaboration,
- Utiliser la boussole de l'IC : le sens / le résultat, l'individu / le groupe
- Le groupe, un système vivant fait d'individus et d'interdépendances
- Les méthodes tangibles pour créer et innover, pour apprendre ensemble, les techniques incontournables,
- Processus et contenu / Position haute et basse
- Les bonnes attitudes et la posture,
- Le climat propice à la créativité et à la collaboration
- Les rôles et l'animation déléguée
- Gérer un groupe : l'adhésion, recadrer, les pièges à éviter,
- Le temps de collaboration : Préparation et spontanéité
- Ressources

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait par des mises en situation pratiques.

## Une journée pour révolutionner son CODIR

### Objectif(s) de la formation

Acquérir les bases des techniques collaboratives et du changement de posture pour rendre sa réunion stratégique plus participative, plus dynamique, plus motivante et plus efficace

### Public et pré-requis

- Pour une équipe (intra)
- Venir avec un ordre de jour de réunion de pilotage

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 11 décembre 2019
- 28 avril 2020
- 26 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

2 500€ HT jusqu'à 8 participants en intra.  
Inclus réunion de cadrage avec le Manager ou Dirigeant



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Séance de formation & Coaching d'équipe en salle, animée par un formateur Coach avec des pratiques collaboratives et des temps de feed back.  
Théorie, réflexion individuelle et collective, Partage d'expérience, pratique.  
Formation personnalisée, programme ajusté au contexte et besoins de l'équipe.

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Joly**, passionnée par les mécanismes de la coopération. Sophie coache les personnes et les équipes vers le «mieux travailler ensemble», et forme aux techniques qui invitent et orchestrent l'intelligence collective et la créativité dans le groupe.

### ■ Programme

- L'intelligence collective, le groupe
- Processus et Contenu
- Le Climat propice à la collaboration
- La posture de l'animateur de réunion
- Management visuel et Ordre du jour
- Les rôles en réunion
- Le Pomodoro
- Les techniques de prise de décision
- Les autres typos de réunion

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait par des mises en situation pratiques.

## Facilitation et créativité : tout savoir (et essayer) sur l'animation créative

### Objectif(s) de la formation

- Expérimenter les fondamentaux du fonctionnement créatif et travailler autrement.
- Résoudre des problèmes par la créativité, découverte du Creative Problem Solving
- Animer des réunions participatives, gérer la dynamique d'équipe
- Oser faire des propositions, cultiver sa propre créativité

### Public et pré-requis

- Managers, cadres et responsables d'équipe tous secteurs
- Coachs, consultants
- animateurs de réseaux, d'équipes
- Toute personne investie dans les modes collaboratifs nécessitant l'intelligence collective
- Sans pré requis

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 26 et 27 septembre 2019
- 14 et 15 mai 2020
- 3 et 4 décembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Apprendre en faisant ! Le stagiaire bénéficiera d'une pédagogie active alternant apports théoriques et mises en application qui permettront de mettre en pratique sur le terrain (à partir cas pratiques concrets proposés ou apportés par les stagiaires). L'échange et les retours d'expérience de chacun enrichiront ces temps de formation.

La formation se déroulera dans salle aménagée pour les séances participatives et créatives, avec le matériel d'animation nécessaire, un dossier pdf des techniques sera remis aux stagiaires.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mélanie Grillou Jonville**, designer, formatrice et formatrice depuis 2009.

### ■ Programme

Le programme de musculation créative :

- Les 4 éléments-clés de la créativité
- Les 2 modes de pensées dans le processus créatif
- Les techniques de recherches d'idées
- les energizers et le climat créatif indispensable
- Les 10 postures favorables à la créativité
- Les 5 règles d'or d'une session collaborative créative
- Les 7 actions pour être créatif jour après jour
- Les 8 étapes de la méthode CPS

### ■ Suivi et évaluation

Les conditions générales dans lesquelles la formation est dispensée, notamment les moyens pédagogiques et techniques, les modalités de contrôle de connaissances, sont les suivantes : support de la formation fourni à la fin de chaque session, fiches de présence émargées, feuille d'évaluation et accompagnement personnalisé sur demande.

## Hacker les réunions : Passez en mode collaboratif et créatif !

### Objectif(s) de la formation

- Expérimenter et utiliser différentes techniques participatives adaptées à la typologie de chaque réunion
- Se constituer une boîte à outils de techniques pour animer les réunions autrement
- Connaître les clés d'une bonne animation en intelligence collective

### Public et pré-requis

Pour toutes personnes qui souhaite manager autrement, gagner en efficacité sur les temps de réunion, collaborer davantage et libérer la parole...voire même libérer sa fibre créative ! Sans pré requis.

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 21 et 22 novembre 2019
- 23 et 24 janvier 2020
- 18 et 19 juin 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Apprendre en faisant ! Le stagiaire bénéficiera d'une pédagogie active alternant apports théoriques et mises en application qui permettront de mettre en pratique sur le terrain (à partir cas pratiques concrets proposés ou apportés par les stagiaires). L'échange et les retours d'expérience de chacun enrichiront ces temps de formation.

La formation se déroulera dans salle aménagée pour les séances participatives et créatives, avec le matériel d'animation nécessaire, un dossier pdf des techniques sera remis aux stagiaires.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mélanie Grillou Jonville**, designer, facilitatrice et formatrice depuis 2009.

### ■ Programme

#### Concevoir des réunions autrement

- Adopter les modes de pensée : divergence et convergence
- Maîtriser les postures et réflexes fondamentaux favorables à l'innovation
- Faciliter l'émergence d'idées
- Animer une séance créative : mettre en place le climat créatif les règles, les pièges à éviter, les étapes nécessaires, trucs et astuces.
- Avoir le bon matériel et structurer le timing des réunions

#### Expérimenter différentes techniques créatives d'animation :

- La carte mentale
- Brainstorming et brain post it
- Carte d'empathie
- Avocat de l'ange
- Plan d'action
- Point de synchro
- Stand up

### ■ Suivi et évaluation

Les conditions générales dans lesquelles la formation est dispensée, notamment les moyens pédagogiques et techniques, les modalités de contrôle de connaissances, sont les suivantes : support de la formation fourni à la fin de chaque session, fiches de présence émargées, feuille d'évaluation et accompagnement personnalisé sur demande.

## Initiation à la méthode LEGO® SERIOUS PLAY

### Objectif(s) de la formation

- Construire une vision partagée : passer de l'addition de visions individuelles à une vision collective
- Prototyper le futur : adopter des nouveaux principes d'action, développer sa capacité à inventer en permanence
- Partager les enjeux et défis de l'équipe/l'entreprise dans son écosystème, Comprendre ensemble la situation
- (Se) Réinventer : penser autrement, dépasser les blocages, aider les personnes à mettre en action leur potentiel créatif, faciliter l'intégration de points de vue différents, oser sortir du cadre

### Public et pré-requis

Pour toutes personnes qui souhaite manager autrement, gagner en efficacité sur les temps de réunion, collaborer davantage et libérer la parole...voire même libérer sa fibre créative ! Sans pré-requis.

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 5 et 6 décembre 2019
- 27 et 28 février 2020
- 17 et 18 septembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 300€ HT/ personne



*La méthode Lego® Serious Play® est un procédé ludique qui permet la résolution collaborative de problèmes.*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Les processus mis en oeuvre sont basés sur la capacité de l'individu à imaginer, décrire, initier le changement et l'amélioration, et créer quelque chose de radicalement nouveau. Le stagiaire bénéficiera d'une pédagogie active alternant apports théoriques et mises en application qui permettront de mettre en pratique sur le terrain. L'échange et les retours d'expérience de chacun enrichiront ces temps de formation. La formation se déroulera dans salle aménagée pour les séances participatives et créatives, avec le matériel d'animation nécessaire. Un support pédagogique sera remis aux stagiaires.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mélanie Grillou Jonville**, designer, formatrice et formatrice depuis 2009. Certifiée formatrice Lego Serious Play.

### ■ Programme

- Les diverses applications, les postures
- Les règles de base d'une session, Réfléchir avec ses mains
- Les fondements de la méthodologie LSP : le Coeur de process et ses 3 phases
- La mise en place d'une session, quand et pourquoi, les premiers pas : les skills building
- Les 7 Techniques d'Application
- La posture du facilitateur LSP

### ■ Suivi et évaluation

Les conditions générales dans lesquelles la formation est dispensée, notamment les moyens pédagogiques et techniques, les modalités de contrôle de connaissances, sont les suivantes : support de la formation fourni lors de la session, fiches de présence émargées, feuille d'évaluation et accompagnement personnalisé sur demande.

## Concevoir votre événement d'Open Innovation

### 🎯 Objectif(s) de la formation

- Comprendre les enjeux de ces types d'événements
- Appréhender chaque étape clé et savoir structurer un événement en fonction de son objectif
- Expérimenter les fondamentaux du travail en collaboration et des séances de créativité
- Dresser et imaginer les grandes lignes de votre projet d'innovation participative

### 👥 Public et pré-requis

- Managers, cadres et responsables d'équipe tous secteurs
- animateurs de réseaux, d'équipes
- Sans pré requis

### 🕒 Durée

2 jours (14 heures)

### 📅 Date

- 12 et 13 mars 2020
- 8 et 9 octobre 2020

### 💰 Tarifs inter-entreprise

1 400€ HT / personne



*Co-création, intelligence collective, ateliers participatifs... hackathon : les entreprises, les startups et aussi les administrations se réinventent et impliquent salariés, partenaires, clients et parties prenantes dans leur démarche d'innovation. Comment bien organiser son événement d'innovation participative ?*

### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Apprendre en faisant ! Le stagiaire bénéficiera d'une pédagogie active alternant apports théoriques et mises en application qui permettront de mettre en pratique sur le terrain (à partir cas pratiques concrets proposés ou apportés par les stagiaires). L'échange et les retours d'expérience de chacun enrichiront ces temps de formation.

La formation se déroulera dans salle aménagée pour les séances participatives et créatives, avec le matériel d'animation nécessaire.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mélanie Grillou Jonville**, designer, formatrice et formatrice depuis 2009.

### ■ Programme

- Co création, innovation participative : quelle intention ?
- Quelles étapes pour la création d'une vision commune, l'implication des utilisateurs, la transformation de l'image d'une entreprise ou d'une marque, transformer son business model ou encore pour installer un processus d'innovation en interne
- Définir les rôles, les acteurs, les invités, le jury
- Bien choisir son public : co création avec les employés, avec les clients/ usagers, avec l'écosystème de l'entreprise
- Expérimenter les techniques créatives proposées aux publics
- Logistique : la to do list pour bien anticiper, les outils collaboratifs pour l'équipe d'organisation
- Les clés de réussite d'un événement d'innovation•Les energizers et le climat créatif indispensable
- Les 5 règles d'or d'une session collaborative créative
- Les grandes étapes d'un hackathon : définir les défis, animer l'idéation, favoriser le prototypage, organiser les restitutions•Le recrutement, la communication, et le post event, le mode projet pour poursuivre et garantir la réalisation

### ■ Suivi et évaluation

Les conditions générales dans lesquelles la formation est dispensée, notamment les moyens pédagogiques et techniques, les modalités de contrôle de connaissances, sont les suivantes : support de la formation fourni à la fin de chaque session, fiches de présence émargées, feuille d'évaluation et accompagnement personnalisé sur demande.

## Développer son leadership grâce à la process communication

### Objectif(s) de la formation

- Mieux comprendre son fonctionnement et celui des autres grâce à la Process Com®
- Adapter sa communication selon le profil ProcessCom® de ses interlocuteurs
- Anticiper et gérer les situations de stress avec la Process Com®
- Adapter sa communication et son comportement pour restaurer une communication efficace.

### Public et pré-requis

- Tout public
- Application au contexte professionnel

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 16 et 17 décembre 2019
- 30 et 31 mars 2020
- 27 et 28 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 000€ HT / personne  
2 500€ HT jusqu'à 8 participants en intra.



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Séance de formation en salle, animée par un formateur Coach avec des pratiques collaboratives et des temps de feed back.  
Théorie, réflexion individuelle et collective, Partage d'expérience, pratique.

### ■ Profil de l'intervenant

**Sophie Joly**, passionnée par les mécanismes de la coopération. Sophie coach les personnes et les équipes vers le «mieux travailler ensemble», et forme aux techniques qui invitent et orchestrent l'intelligence collective et la créativité dans le groupe.

### ■ Programme

- La process Communication
- Les mythes
- Les 6 perceptions
- Les 6 types de profils
- Talents, Perceptions, Style d'interaction, canal de communication, partie de personnalité, conditions d'efficacité
- Question existentielle et Besoin Psychologique
- L'immeuble, la base, la phase actuelle
- Les drivers
- Les séquences de stress
- Les conflits

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait par un quizz oral en fin de formation.

## Transformez vos contenus vers des cours en ligne

### Objectif(s) de la formation

Concevoir, produire, diffuser et animer vos formations digitales.

### Public et pré-requis

- Formation accessible à tous
- Le stagiaire devra travailler sur son PC ou Mac et savoir bien utiliser Internet
- Bonne connaissance du Web en général et des outils de bureautique

### Durée

4 jours (28 heures)

### Date

- 18, 19 et 25, 26 février 2020
- 16, 17 & 23, 24 Juin 2020

### Tarifs inter-entreprise

2 790€ / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

La formation alternera des études de cas, théorie et pratique.  
Méthodologie basée sur l'Active Learning : 80% de pratique minimum;

### ■ Profil de l'intervenant

**Rachel Hampton**, formatrice Experte en stratégie digitale, image de marque, business, depuis 2006. Rachel intervient dans différentes écoles et différents centre de formation.

### ■ Programme

#### Jour 1

- Le jargon du digital learning clarifié (e-learning, MOOC, CLOM, COOC, e-formation, articulate storyline, etc...)
- Reposons les bases !
- Définir la terminologie et le vocabulaire
- Créer votre plan de digitalisation (prêt à l'emploi)
- Créer, formaliser l'ensemble des actions à faire pour numériservotre offre

#### Jour 2 et 3

Apprendre à construire vos vidéos en ligne

*Atelier pratique : test de différents types de prise de vue et leurs contraintes, prise de son en direct, éclairage naturel ou lampes et leur résultats.*

#### Jour 4

Préparer l'intégration de votre programme sur une plateforme LMS (Learning Management System)

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par le formateur tout au long de la formation.

## Être leader dans la complexité

### Objectif(s) de la formation

Être un leader - explorateur, être un leader - transformateur : Comment accepter et surfer sur l'aléa de la complexité ?

- Se déconnecter du quotidien et des schémas de pensées habituels : formation dispensée dans un rucher pour s'inspirer de l'intelligence collective des abeilles.
- Faire un pas de côté pour se laisser inspirer et faire émerger des idées nouvelles : à l'aide des outils du neurocognitivism.

### Public et pré-requis

- Dirigeant d'entreprise, entrepreneur, business unit manager, top manager,...
- Curieux et innovant, singulier, responsable, très occupé et très lucide, souhaitant vous réinventer et mobiliser toutes vos intelligences : cognitives et émotionnelles,

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 26 et 27 septembre 2019
- 27 et 28 février 2020
- 23 et 24 avril 2020
- 28 et 29 mai 2020
- 25 et 26 juin 2020
- 23 et 24 juillet 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 800€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

En fonction des conditions météo, la formation se déroulera sur l'école Rucher du Syndicat Apiculteurs Midi Pyrénées à Pouvoirville, sinon à la Nova Mêlée Toulouse.

Les plus de la formation : - Initiation à l'apiculture

- Nombre de participants limité à huit.
- Entretien individuel avant et après la formation pour bien clarifier les attentes et les besoins.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Agnès Arnauld des Lions**, CEO AGOGIA, Cabinet de Conseil en Recrutement & en Gestion des Carrières, Accrédité VIP2APRO en Neurocognitivism. Accompagnée de **Jacques**, l'Apiculteur et de **Sébastien Benedine**, thérapeute / hypnose.

### ■ Programme

#### Journée 1

- 9h / 12h : Travail en ateliers sur les thèmes suivants : la découverte de notre cerveau "so social" ; la multisensorialité ; les neurones miroirs et le feed back ; les contraintes
- 12h / 14h : Déjeuner
- 14h / 16h : Travail en atelier sur les thèmes suivants : accéder à nos croyances, nos interprétations, à la réalité des faits observés, grâce au VIP2APRO, l'inventaire de Personnalité, d'Adaptabilité et d'Assertivité du Neurocognitivism ; l'épigénétique et la résilience ; les nudges et la fiabilité des informations

#### Journée 2

- 9h / 12h : Travail en ateliers sur les thèmes suivants : quel changement pour notre travail ? notre entreprise ? Quelle culture organisationnelle du changement ?
- 12h / 14h : Déjeuner
- 14h / 16h : Travail en atelier sur les thèmes suivants : construction de sa feuille de route professionnelle et/ou personnelle

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un entretien individuel avec le formateur, avant et après la formation.

## La conduite du changement

### Objectif(s) de la formation

- Comprendre les représentations et comportements humains face au changement
- Donner du sens au changement pour lever les blocages de l'équipe
- Utiliser des techniques de communication facilitantes
- Accompagner les collaborateurs dans les différentes étapes du changement

### Public et pré-requis

- Managers, responsables d'équipes devant jouer un rôle dans l'accompagnement du changement
  - Connaissance de base en management
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 30 et 31 octobre 2019
- 29 et 30 janvier 2020
- 18 et 19 mars 2020
- 17 et 18 juin 2020 - 18 et 19 novembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 000€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

Nous alternons les apports théoriques avec la pratique afin d'apprendre en faisant. La méthode s'ancre sur le retour d'expérience.

La formation se déroulera dans salle aménagée pour des séances participatives.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Corine Verdier**, consultant formatrice en management, gestion de projet et entrepreneuriat. 30 ans d'expérience en gestion de centres de profit, management humain, consulting, formation et gestion d'entreprise. Intervention en entreprises et en école à Sciences Po, Université Jean Jaures et Digital Campus.

### ■ Programme

#### Préparer le changement

- Décrypter les mécanismes de changement
- Conduire le diagnostic d'un projet de changement
- Mise en oeuvre sur le cas d'un stagiaire, formaliser le projet de changement

#### Communiquer pour accompagner le changement

- La communication du projet
- Construire un plan de communication avec les éléments clés
- Plusieurs mise en situation (conduite de réunion, entretien individuel, communiqué etc...)

#### Accompagner le changement

- Établir le tableau de bord
- Accompagner ses collaborateurs
- L'apprentissage et le collaboratif dans le changement
- Mise en oeuvre sur le cas d'un stagiaire

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par le groupe lors des mises en situation avec une grille d'évaluation.

## Intelligence collective - Niveau 1

### Objectif(s) de la formation

Prise de conscience et valeurs

### Public et pré-requis

- Rh, dirigeant, chef d'entreprise, leader, manager
- Aucun pré-requis

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 28 octobre 2019
- 13 janvier 2020
- 9 mars 2020
- 25 mai 2020
- 20 juillet 2020

### Tarifs inter-entreprise

550€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle , paperboard, video projecteur
- Débat, coaching

### ■ Profil des intervenants

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant

#### Les éléments qui composent l'intelligence collective

- Qu'est-ce que l'intelligence collective ?
- Enjeux et avantages
- Les dimensions : environnement, rôle du manager, rôle des membres de l'équipe et les différents processus

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait sous forme de débat.

## Intelligence collective - Niveau 2

### Objectif(s) de la formation

- Valeurs et mise en place des cérémonies
- Écoute active
- Management bienveillant

### Public et pré-requis

- Rh, dirigeant, chef d'entreprise, leader, manager
- Avoir des notions et ou avoir participé au niveau 1

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 29 janvier 2020
- 12 février 2020
- 7 avril 2020
- 24 juin 2020
- 15 septembre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle, vidéo projecteur, post-it, vidéo
- Jeux de rôles, support ppt

### ■ Profil des intervenants

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant

#### Les éléments qui composent l'intelligence collective

- Qu'est-ce que l'intelligence collective ?
- Enjeux et avantages
- Les dimensions :
- Environnement
- Les différents processus

#### Vers une équipe performante

- Diagnostic du fonctionnement de son équipe
- Les caractéristiques d'une équipe performante
- Les stades de développement de l'équipe
- Les sources de motivation
- Les besoins motivationnels

#### Développer l'intelligence collective

- Autodiagnostic de son rôle
- Identifier ses atouts et son capital intelligence collective

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de question / réponse.

## Développer son #TerritoireDigital

### Objectif(s) de la formation

- Découvrir les principales composantes de la présence digitale : site Internet, blog, marketing sortant et entrant, référencement, publicité digitale, avis et réseaux sociaux
- Comprendre les enjeux et mettre en place des indicateurs adaptés.

### Public et pré-requis

- Porteurs de projet, professionnels, entrepreneurs et chefs d'entreprise
- Connaissance élémentaire de l'utilisation des outils (recherche, navigation, réseaux)
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

9 et 10 janvier 2020

### Tarifs inter-entreprise

650€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Animateur : connexion Internet (wifi), vidéoprojecteur, écran et tableau de papier
  - Participants : ordinateur portable avec connexion Internet (wifi de préférence)
- Chaque participant aura un accès personnel sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital qui regroupe le support, les ressources de la formation et les outils de suivi.

### ■ Profil de l'intervenant

**Philippe Contal**, Acteur du numérique depuis 1996 et Directeur digital associé. Philippe est formateur sur la stratégie de territoire digital de l'entreprise.

### ■ Programme

#### Première demi-journée

- Découverte du concept de #TerritoireDigital
- Exemples de différents territoires digitaux

#### Deuxième demi-journée

- Application de #TerritoireDigital à la présence digitale des participants
- État des lieux de l'efficacité digitale des entreprises présentes

#### Troisième demi-journée

- Sélection indicateurs pertinents
- Mise en place d'un tableau de bord personnalisé

#### Quatrième demi-journée

- Formalisation des routines de suivi et exploitation des indicateurs
- Indicateur et plan d'action : passer des chiffres et courbes à la mise en place concrète

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation des acquis se fait par un questionnaire en ligne (accès sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital).

## Stratégie d'entreprise et stratégie digitale

### Objectif(s) de la formation

- Identifier les principaux facteurs-clés de succès de la présence digitale
- Décliner la dimension digitale de la stratégie de son entreprise
- Déterminer les composants digitaux pertinents pour son entreprise

### Public et pré-requis

- Professionnels, entrepreneurs et chefs d'entreprise
- Prérequis : expérience de la stratégie d'entreprise.
- Connaissance des usages basiques du digital (recherche, navigation, réseaux).
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

14 novembre 2019

### Tarifs inter-entreprise

320€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Animateur : connexion Internet (wifi), vidéoprojecteur, écran et tableau de papier
  - Participants : ordinateur portable avec connexion Internet (wifi de préférence)
- Chaque participant aura un accès personnel sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital qui regroupe le support, les ressources de la formation et les outils de suivi.

### ■ Profil de l'intervenant

**Philippe Contal**, Acteur du numérique depuis 1996 et Directeur digital associé. Philippe est formateur sur la stratégie de territoire digital de l'entreprise.

### ■ Programme

#### Matin

- Découverte du concept de #TerritoireDigital
- Exemples de différents territoires digitaux

#### Après-midi

- Application de #TerritoireDigital à la présence digitale des participants
- État des lieux de l'efficacité digitale des entreprises présentes

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait par un questionnaire en ligne (accès sécurisé au laboratoire #TerritoireDigital).

## Management bienveillant et écoute active

### Objectif(s) de la formation

- Positionnement et rôle
- Création et animation des cérémonies

### Public et pré-requis

- Drh, chef de projet, manager, leader, dirigeant, chef d'entreprise
- Avoir des notions agile
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 11 octobre 2019
- 17 novembre 2019
- 9 décembre 2019
- 24 février 2020
- 16 mars 2020
- 11 mai 2020
- 6 juillet 2020
- 19 octobre 2020

### Tarifs inter-entreprise

1 100€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle, video projecteur, paperboard, post-it
- Mise en situation, jeux de rôles, jeux
- Support ppt

### ■ Profil des intervenants

La formation sera assurée par Mr **Canato Frank**, coach / formateur Agile.

### ■ Programme

#### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant

#### Mettre en oeuvre

- Instaurer des valeurs communes et des règles du jeu
- Évaluer les performances individuelles et collectives
- Les Cérémonies

#### Développer les outils de communication

- Savoir entendre, encourager, valoriser, accompagner, solliciter et faire confiance
- L'écoute active
- Développer l'autonomie et la responsabilité à travers la délégation
- Favoriser l'intelligence créative et émotionnelle de chacun
- Orienter les actions et fédérer les compétences
- Mobiliser l'équipe vers la qualité et la réussite de l'objectif : la valeur ajoutée de chacun au service du collectif et inversement

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.  
L'évaluation des acquis se fait à l'oral sous forme de question / réponse.

## Libre de son stress

### Objectif(s) de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire sait identifier ses habitudes de réactions face au stress. Il reconnaît les effets physiologiques et psychologiques du stress et l'impact sur son environnement. Il apprend à changer sa perception pour maintenir un esprit sain et préserver son corps dans la durée.

### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Aucun niveau
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 12 et 13 décembre 2019 • 17 et 18 mars 2020
- 22 et 23 janvier 2020 • 21 et 22 avril 2020
- 5 et 6 février 2020 • 9 et 10 juin 2020

### Tarifs inter-entreprise

1500€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

### ■ Profil de l'intervenant

La formation est assurée par **M.Tiphaine Murat**, un expert en gestion du stress.

### ■ Programme

#### Jour 1

##### Matin

Introduction et présentation, philosophie et connaissance du process, test ECSP0, évaluation de son niveau de stress. Les constats. Choisir son objectif

##### Après-midi

- Qu'est ce que la performance et le stress,
- Méthode de neutralisation du stress.

Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

#### Jour 2

##### Matin

Introduction validation des acquis 1ère journée,

- Les habitudes,
- L'arrimage affectif.

##### Après-midi

- S'avoir s'exposer à un obstacle,
- Gel de l'émotion,
- Méthode socratique,
- Changer maintenant

Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émarginée, questions orales et validation par QCM.

## Les émotions du leader et son organisation

### - Module 1

#### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire est initié à la cohérence cardiaque, à la gestion de ses émotions ainsi qu'aux outils Agile.

#### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Aucun niveau

#### Durée

1 jour (7 heures)

#### Date

- 5 novembre 2019
- 4 février 2020

#### Tarifs inter-entreprise

750€ Ht / personne



#### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle (lieu à définir)
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

#### ■ Profil des intervenants

La formation est assurée par **M.Frank Canato** et **M.Tiphaine Murat**, deux spécialistes : un expert en Agilité et un expert gestion du stress.

#### ■ Programme

##### Matin

- Introduction, présentation, philosophie et connaissance du process
- Jeux du trombone
- Exercice de cohérence cardiaque - 1ère approche*
- Test ECSP0
- Test du savoir

##### Après-midi

- Jeux Lego force Scrum, 1er cycle
- Jeux Lego force Scrum, 2ème cycle
- Exercice de cohérence cardiaque - Détente mentale*
- Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

#### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation ce fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émargée, questions orales, validation par QCM.

## Les émotions du leader et son organisation

### - Module 2

#### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire connaît la cohérence cardiaque, la gestion de ses émotions et utilise les outils Agile.

#### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Avoir validé le Module 1

#### Durée

1 jour (7 heures)

#### Date

- 21 novembre 2019
- 25 février 2020

#### Tarifs inter-entreprise

750€ HT / personne

#### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle (lieu à définir)
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

#### ■ Profil des intervenants

La formation est assurée par **M.Frank Canato** et **M.Tiphaine Murat**, deux spécialistes : un expert en Agilité et un expert gestion du stress.

#### ■ Programme

##### Matin

*Exercice de cohérence cardiaque - Créativité*

- Demande de créer un projet
- Qu'est ce que l'on va faire ?
- Scrum, Agil, en cérémonie de mise en place + découpage

##### Après-midi

*Exercice de cohérence cardiaque - Créativité*

- Découpage des tâches

*Exercice de cohérence cardiaque - Où vous en êtes dans votre tête ?*

Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

#### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation ce fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émargée, questions orales, validation par QCM.



## Les émotions du leader et son organisation

### - Module 3

#### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire maîtrise et connaît les définitions de la cohérence cardiaque, la gestion de ses émotions et il utilise les outils Agile.

#### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Avoir validé le Module 2

#### Durée

1 jour (7 heures)

#### Date

- 12 décembre 2019
- 17 mars 2020

#### Tarifs inter-entreprise

750€ HT/ personne



#### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle (lieu à définir)
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

#### ■ Profil des intervenants

La formation est assurée par **M.Frank Canato** et **M.Tiphaine Murat**, deux spécialistes : un expert en Agilité et un expert gestion du stress.

#### ■ Programme

##### Matin

- Présentation et passage de la cohérence cardiaque à la cohérence collective
- Jeux de la NASA, 1ère phase

##### Après-midi

- Continuer sur le projet existant, mise en situation
- Exercice de cohérence cardiaque - Créativité*
- Jeux de la NASA, 2ème phase
- Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

#### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation ce fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émargée, questions orales, validation par QCM.

## Les émotions du leader et son organisation

### - Module 4

#### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire utilise ses émotions, ses habitudes pour gérer son stress, il utilise les outils Agile pour monter en compétences.

#### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Avoir validé le Module 3

#### Durée

1 jour (7 heures)

#### Date

- 19 décembre 2019
- 7 avril 2020

#### Tarifs inter-entreprise

750€ HT/ personne



#### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle (lieu à définir)
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

#### ■ Profil des intervenants

La formation est assurée par **M.Frank Canato** et **M.Tiphaine Murat**, deux spécialistes : un expert en Agilité et un expert gestion du stress.

#### ■ Programme

##### Matin

*Exercice de cohérence cardiaque - Collective*

- Test de Johary
- Être capable de se dire les choses, cérémonie + outils

##### Après-midi

*Exercice de cohérence cardiaque - Quel bénéfice ?*

- Mise en situation

Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

#### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation ce fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émargée, questions orales, validation par QCM.

## Les émotions du leader et son organisation

- Module 5

### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire utilise et maîtrise totalement ses émotions, ses habitudes pour gérer son stress, il utilise les outils Agile pour monter en compétences.

### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Avoir validé le Module 4

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 28 avril 2020

### Tarifs inter-entreprise

750€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle (lieu à définir)
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

### ■ Profil des intervenants

La formation est assurée par **M.Frank Canato** et **M.Tiphaine Murat**, deux spécialistes : un expert en Agilité et un expert gestion du stress.

### ■ Programme

#### Matin

*Exercice de cohérence cardiaque - Collective*

- Questionnaires (manipulation/peur/assertivité)
- Vidéo Scrum, question, amener à d'autres questions + mise en situation

#### Après-midi

- Mise en situation + cérémonie de présentation client, se recentrer

*Exercice de cohérence cardiaque - Sollicitation*

Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émarginée, questions orales, validation par QCM.

## Les émotions du leader et son organisation

- Module 6

### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire est performant avec la gestion de ses émotions et l'outil Agile.

### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Avoir validé le Module 5

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

- 30 juin 2020

### Tarifs inter-entreprise

750€ HT / personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle (lieu à définir)
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

### ■ Profil des intervenants

La formation est assurée par **M.Frank Canato** et **M.Tiphaine Murat**, deux spécialistes : un expert en Agilité et un expert gestion du stress.

### ■ Programme

#### Matin

*Exercice de cohérence cardiaque - Collective*

- Questionnaires (manipulation/peur/assertivité)
- Vidéo Scrum, question, amener à d'autres questions + mise en situation

#### Après-midi

- Mise en situation + cérémonie de présentation client, se recentrer

*Exercice de cohérence cardiaque - Sollicitation*

Débrief de la journée avec points positifs et points négatifs.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation ce fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émarginée, questions orales, validation par QCM.

## Augmenter son Leadership

### Objectif(s) de la formation

Le stagiaire sait identifier ses valeurs, ses freins, et mettre en oeuvre des habitudes pour augmenter son leadership. Il sait travailler avec professionnalisme, respect et il est reconnu au sein de ses équipes et de son entreprise comme un leader dans la communication, mais aussi dans son attitude et son engagement..

### Public et pré-requis

- Dirigeant, leader, manager, équipe administrative et production, chef de projet
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette
- Aucun niveau

### Durée

2 jours (14 heures)

### Date

- 9 et 10 janvier 2020 • 31 mars et 1 avril 2020
- 29 et 30 janvier 2020 • 12 et 13 mai 2020
- 2 et 3 mars 2020 • 16 et 17 juin 2020

### Tarifs inter-entreprise

1500€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentielle, en salle
- Support pédagogique (cours)
- Paper board
- Jeux de rôles
- Rétro projecteur

### ■ Profil de l'intervenant

La formation est assurée par **M.Tiphaine Murat**, un expert en gestion du stress.

### ■ Programme

#### Jour 1

##### Matin

- Introduction et présentation du Leadership, Les constats, Choisir son objectif.

##### Après-midi

- Les valeurs du Leader,
- La performance,
  - Les habitudes à mettre en oeuvre..

#### Jour 2

##### Matin

- Introduction validation des acquis 1ère journée,
- Lister ses aptitudes,
- La conception du Leadership,
- Oublier l'échec,
- Qui es-tu ?,
- Le leader et son collectif,
- La prise de décision.

##### Après-midi

- Les conditions du consensus,
- L'engagement,
- L'esprit d'équipe,
- Le professionnalisme,
- Le respect,
- Le développement du capital humain,
- Mon engagement.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi : l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émarginée par les stagiaires.

L'évaluation : feuille de présence émarginée, questions orales et validation par QCM.



# ENTREPRENARIAT

---

## Création d'entreprise: du projet (business plan) à sa réalisation (financement)

### 🎯 Objectif(s) de la formation

- Rompre l'isolement en proposant un espace de travail et de réflexion structurée pour avancer sur leur projet.
- Permettre aux porteurs de projet de création/reprise d'entreprise d'analyser et de maîtriser les conditions de faisabilité et de viabilité de leur projet
- À la fin de la formation, les porteurs de projet sont en capacité de passer du projet à sa réalisation. Elle peut aussi servir à prendre conscience que leur projet entrepreneurial ne peut aboutir. Cependant, les compétences acquises pourront être utiles pour d'autres projets.

### 👤 Public et pré-requis

- Toute personne souhaitant créer ou reprendre une entreprise, avec un état d'avancement supérieur à l'idée
- Business plan ou Business model validé (ou quasi)
- Prévisionnel d'activité préétabli, fini ou quasi fini
- Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### 🕒 Durée

2 jours consécutifs (15 heures)

### 📅 Date

20-21 Novembre 2019 – 14-15 Janvier 2020 – 25-26 Mars 2020 – 2-3 Juin 2020

### 💰 Tarifs inter-entreprise

750€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation collective en présentiel : elle portera à 40-60% sur de la base théorique et de la mise en pratique.
- L'individualisation de la formation en petit groupe permet de travailler sur les cas concrets de création/reprise et permettra à l'entrepreneur d'avancer très concrètement.
- La formation en immersion permet de se consacrer à temps plein à son projet en étant entouré d'autres entrepreneurs ce qui crée un contexte d'émulation favorable au travail de création.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mlle Broulhet-Desbarats Caroline**, spécialisée dans l'entrepreneuriat et l'accompagnement des projets financiers, au contact permanent des créateurs/repreneurs et entrepreneurs depuis plus de 10 ans, garantissant un accompagnement de qualité, très orienté « terrain » pour vous permettre de passer du projet à la réalisation.

### ■ Programme

#### Le Business Model ou Business Plan - 4h

*Demi-journée théorique et cas pratiques.* Acquérir des méthodes pour monter votre business plan et votre stratégie d'entreprise en établissant votre Business Plan (BP) ou votre Business Model (BM).

#### Aides et dispositifs de financement à la création/reprise - 3h

*Demi-journée théorique et cas pratiques.* Financements classiques (prêts bancaires, prêts d'honneurs...). Financements modernes (crowdfunding, financements participatifs...). Financements sectoriels (aide, subvention et prêts liés à l'innovation). Les leviers d'accompagnement (privés, publics)

#### Prévisionnel & stratégie financière - 8h

*Demi-journée théorique et demi-journée cas pratiques.* En cohérence avec la stratégie générale et le BM ou BP, faire les bons choix de ressources pour le projet (RH, charges, investissements).

Faire le montage financier du projet de création :

- Les besoins financiers du projet (investissements, charges, fonds de roulement) et les choix à arbitrer par le porteur de projet (achat, location / neuf, occasion...)
- Les ratios essentiels à la gestion d'entreprise
- La viabilité financière du projet
- Le plan de financement

### ■ Suivi et évaluation

- Le suivi de l'exécution se fait avec la feuille de présence émarginée par les stagiaires. L'évaluation des acquis se fait :
- Au fur et à mesure lors des mises en situation sur leur projet de création/reprise
  - En début et fin de session avec une fiche d'évaluation

## Bien présenter son projet pour les recherches de financement

### Objectif(s) de la formation

- Accompagner le porteur de projet à bien présenter sa création/reprise dans le but de trouver des financements (privés, publics, bancaires).
- Connaître les dispositifs d'aides à l'entrepreneuriat, sélectionner les aides les mieux adaptées au projet, être capable d'évaluer les critères d'attribution.
- Accompagnement dans la prestation orale ou écrite pour les remises de dossier financier (aides de région, banque, investisseur, comité de présentation, pitch, speed dating).

### Public et pré-requis

- Toute personne envisageant de créer ou reprendre une entreprise, avec un état d'avancement du projet supérieur à l'idée.
- Business plan (ou Business model) et prévisionnel d'activité effectué.

Le stagiaire viendra muni d'un ordinateur ou d'une tablette

### Durée

1 jour (7 heures)

### Date

28 Novembre 2019 – 10 Janvier 2020 – 27 Février 2020 – 30 Mars 2020 – 18 Mai 2020

### Tarifs inter-entreprise

350€ HT/ personne



### ■ Moyens pédagogiques et techniques

- Formation collective en présentiel : la formation portera à 40-60% sur de la base théorique et de la mise en pratique.
- L'individualisation de la formation en petit groupe permet de travailler sur les cas concrets de création/reprise et permettra à l'entrepreneur d'avancer très concrètement dans son projet.
- La formation en immersion permet à l'entrepreneur de se consacrer à temps plein à son projet en étant entouré d'autres entrepreneurs ce qui crée un contexte d'émulation favorable au travail de création.

### ■ Profil de l'intervenant

La formation sera assurée par **Mlle Broulhet-Desbarats Caroline**, spécialisée dans l'entrepreneuriat et l'accompagnement des projets financiers, au contact permanent des créateurs/repreneurs et entrepreneurs depuis plus de 10 ans, garantissant un accompagnement de qualité, très orienté « terrain » pour vous permettre de passer du projet à la réalisation.

### ■ Programme

#### Leviers financiers - 3h

*Demi-journée théorique et cas pratiques.* Cette formation permet de connaître et savoir optimiser les différents dispositifs d'aides à la création d'entreprise et l'ensemble des dispositifs de financement (crowdfunding, dons, prêts bancaires...).

#### Mener une campagne de recherche de financement - 4h

*Demi-journée théorique et demi-journée cas pratiques.* Cette formation permet de travailler sur les attentes des intervenants financiers de l'écosystème (classiques, alternatifs) et utiliser les techniques pour maximiser vos chances de les obtenir.

### ■ Suivi et évaluation

Le suivi de l'exécution de la formation se fait à l'aide de la feuille de présence émargée par les stagiaires, ainsi qu'une fiche finale d'évaluation. L'évaluation des acquis se fait au fur et à mesure lors des mises en situation sur leur projet de création/reprise.

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

## I. Inscription

Toute inscription ne prend effet qu'à réception d'une commande ou confirmation écrite et signée par une personne habilitée. Elle sera libellée au nom de La Mêlée formation – 27 rue d'Aubuisson- 31000 Toulouse.

Les propositions de formation inter-entreprises s'entendent toujours sous réserve de la confirmation écrite par La Mêlée. Dans le cas de la prise en charge par un organisme financeur, il incombe au client de demander à celui-ci la prise en charge de la formation. Celle-ci sera formalisée par un contrat de prestation entre l'organisme financeur et La Mêlée ou par un accord de prise en charge.

Le client s'assurera que le stagiaire possède les prérequis recommandés. Suite à l'inscription, une convention de formation est adressée en 2 exemplaires, dont le second est à compléter par l'entreprise et/ou le stagiaire et à retourner à La Mêlée par mail à [formation@lamelee.com](mailto:formation@lamelee.com) avant le démarrage de la formation.

Une convocation est adressée à l'entreprise et/ou au stagiaire au plus tard 7 jours ouvrés avant le démarrage du stage.

Le stagiaire reçoit de la part de La Mêlée le règlement intérieur qu'il s'engage à respecter. Il reste pendant la formation sous la responsabilité de son entreprise ou sous sa propre responsabilité

## II. Annulation

Dans le cas où l'effectif est insuffisant, La Mêlée se réserve la possibilité de reporter ou d'annuler une formation ayant fait l'objet d'une inscription confirmée, jusqu'à 7 jours ouvrés avant la date prévue de début de la formation.

La Mêlée se réserve la possibilité d'annuler une formation ou prestation en cas d'indisponibilité majeure de l'intervenant. Sont considérés comme cas de force majeure, outre ceux habituellement retenus par la jurisprudence

des cours et tribunaux français : les grèves totales ou partielles, internes ou externes à l'entreprise, le blocage des moyens de transport, les intempéries, la maladie ou accident entraînant une indisponibilité de l'intervenant ou tout autre cas indépendant de la volonté des parties empêchant l'exécution normale des présentes conditions générales. La Mêlée prévient alors l'entreprise et/ou le stagiaire afin de rechercher ensemble une solution de repli.

En cas de désistement du client parvenu moins de 10 jours ouvrés avant le début de la formation, La Mêlée facturera, pour frais administratifs, une somme d'un montant de 30% du prix de la formation (possibilité de remplacement par un stagiaire de même profil).

Après le début de la formation, en cas d'annulation, d'abandon ou d'absentéisme, La Mêlée facturera directement au client le prix de la formation.

## III. Facturation

**Les prix des formations, indiqués hors taxes, s'entendent par personne et sont ceux en vigueur sur le site internet [www.lamelee.com/formations](http://www.lamelee.com/formations) à la date de réalisation, majorés du taux de TVA. Les prix incluent les frais d'animation et les documents remis aux stagiaires.**

Une facture libellée en Euros est adressée au client ou, le cas échéant à l'organisme financeur, à l'issue de chaque session de formation. Dans le cas de non prise en charge des frais de prestation par l'organisme financeur, l'entreprise et/ou le stagiaire s'engage à régler les factures émises par La Mêlée.

Les paiements devront être effectués par virement bancaire ou chèque bancaire à l'ordre de La Mêlée.

Aucun escompte n'est accordé en cas de paiement anticipé.

Après une première relance écrite restée infructueuse, tout retard de paiement est passible d'une pénalité calculée au taux de 3 fois le taux d'intérêt légal (Loi LME N°2008-776).

Une indemnité forfaitaire de 40 euros (décret n° 2012-1115 du 2 octobre 2012) sera due à La Mêlée pour tout paiement intervenu après la date d'échéance.

En cas de paiement effectué par un organisme financeur, il appartient au client de s'assurer du paiement par l'organisme qu'il a désigné. Dans le cadre d'un règlement par un organisme financeur, si le participant est absent une 1/2 journée ou plus, le montant non pris en charge sera à régler par l'entreprise du participant ou par le participant.

#### IV. Programmes

La Mêlée se réserve la possibilité de modifier sans préavis le programme des formations en vue d'une amélioration.

La documentation remise aux participants ne peut être reproduite pour diffusion ou communication au public, sans l'autorisation expresse de La Mêlée.

L'obligation de La Mêlée au titre de la formation est une obligation de moyens. La Mêlée est titulaire d'une police d'assurance garantissant les conséquences pécuniaires de sa responsabilité civile et professionnelle au cas où celle-ci serait engagée. De même, le client s'assurera tant pour lui que pour son personnel pour les conséquences de sa responsabilité civile. La Mêlée ne peut être tenue pour responsable vis-à-vis du client de toute perte indirecte découlant de l'exécution des présentes conditions. La notion de perte indirecte inclut notamment la perte de bénéfices, de revenus de clientèle ou toute perte financière similaire, y compris tout paiement effectué ou dû à un tiers. La responsabilité de La Mêlée vis-à-vis du client ne saurait, en tout état de cause, excéder le montant payé par le client au titre de la prestation fournie. La Mêlée ne prend pas en charge l'organisation du transport des stagiaires à partir du lieu de stage et leur déjeuner.

Les horaires fixés pour la formation sont sous la responsabilité du formateur.

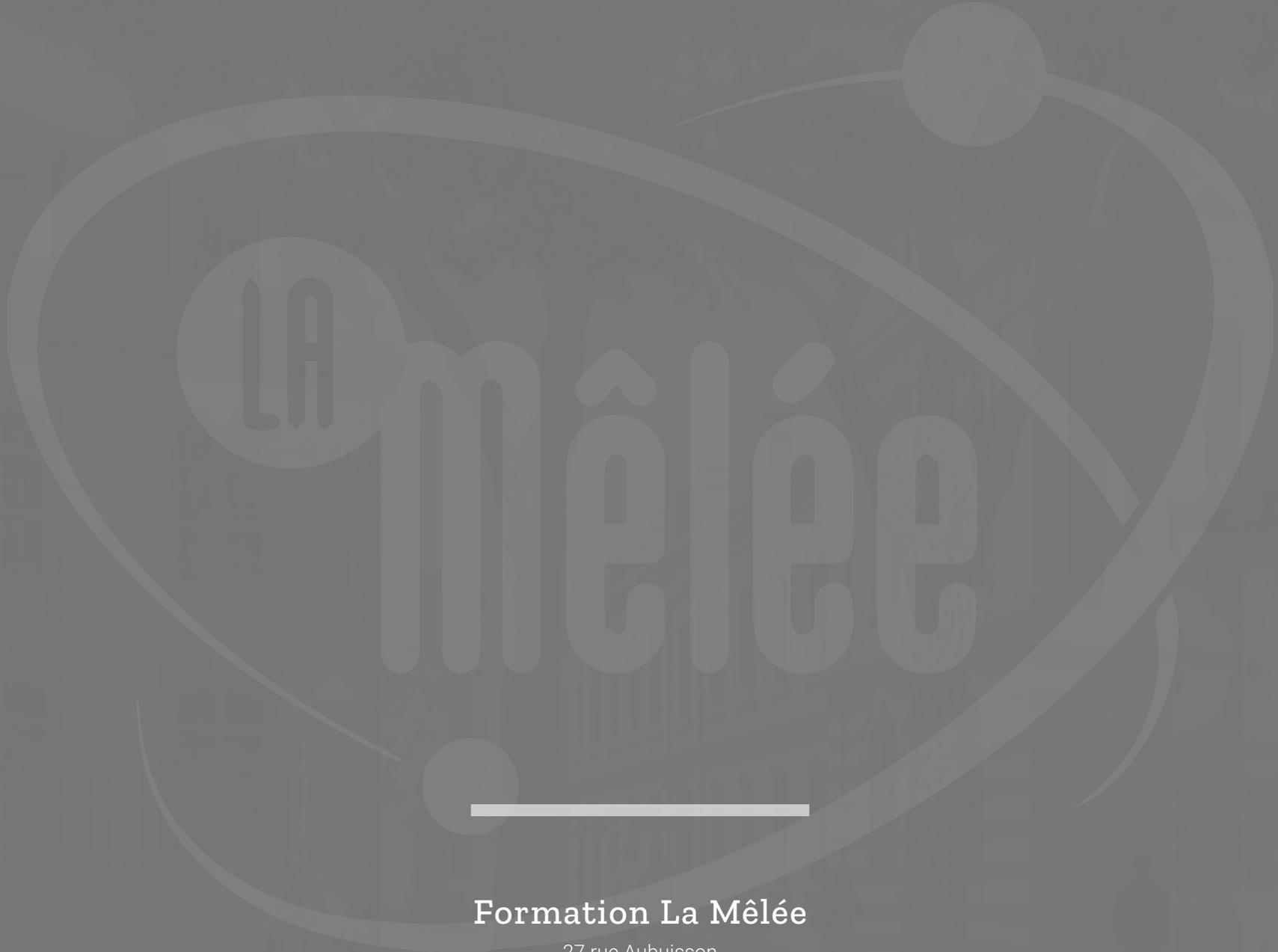
#### V. Informations à caractère personnel

Les informations à caractère personnel qui sont communiquées par le client à La Mêlée en application et dans l'exécution des commandes et/ou ventes, pourront être communiquées aux partenaires contractuels de La Mêlée pour les besoins desdites commandes.

En adhérant à ces conditions générales de vente, le client consent à ce que la Mêlée collecte et utilise ces données pour la réalisation de la formation et pour lui adresser par mail ou par courrier ses offres promotionnelles et actualités. Conformément au Règlement Général sur la Protection des Données, le client peut à tout moment exercer ses droits d'accès et de rectification. Il suffit pour cela de contacter La Mêlée par courrier : DPO-27 rue d'Aubuisson 31000 Toulouse.

#### VI. Litiges

Tout différent portant sur l'interprétation ou l'exécution des présentes conditions générales de vente pour les formations inter-entreprises, sera soumis à la juridiction compétente de Toulouse.



---

## Formation La Mêlée

27 rue Aubuisson  
31000 Toulouse

[formation@lamelee.com](mailto:formation@lamelee.com)

05 32 10 81 35