

2021



PROGRAMME

Labellisé
Chèques-
entreprises

Formations Digitales

- **RÉSEAUX SOCIAUX ET E-REPUTATION** : gérer sa présence en ligne
- **NEWSLETTER** : l'e-mailing pour communiquer avec votre public
- **TRAVAIL COLLABORATIF** : les outils du Web 2.0
- **RECHERCHES** : recherches professionnelles et gestion d'informations sur le web
- **VEILLE SUR LE WEB** : créer et optimiser sa veille sur le web pour gagner en efficacité

ENSEMBLE, FAISONS DÉCOLLER VOTRE ACTIVITÉ !

Les formations proposées par Image & Communication sont directement inspirées de nos interventions et nos conseils en entreprises.

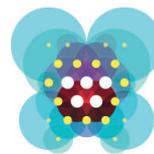
Avec plusieurs années d'expériences en Belgique et en France, nos formateurs ont acquis une expertise unique. Ils vous aident à atteindre vos objectifs de transformation numérique et vous rendent plus fort pour affronter l'évolution de la communication.

Privilégiant un apprentissage par la pratique, la participation et l'échange, nous vous proposons une grande variété de formations digitales qui accompagnent le développement personnel et professionnel de vos collaborateurs.

Chaque formation s'inscrit dans un objectif propre aux besoins de chaque entreprise.

PROFITEZ DES AVANTAGES D'UNE AGENCE LABELLIÉE

Le dispositif «Chèques-Entreprises» est un véritable outil d'accompagnement des PME. Destiné à soutenir la création d'activité, l'innovation et la croissance, il permet de financer des prestations liées aux besoins des entreprises wallonnes.



**Chèques-
entreprises**

Agence labellisée pour la thématique «Croissance», Image & Communication vous accompagne pour l'établissement d'un diagnostic, la création d'un plan d'action et sa mise en place.



Réseaux sociaux et e-reputation :

gérer sa présence en ligne



CONTEXTE



Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, ... Il est devenu difficile aujourd'hui de faire un choix face à la prolifération des réseaux sociaux pour faire connaître son entreprise et développer son e-reputation.

Pourtant, ces plateformes de partage permettent aux entreprises d'être visibles et d'acquérir de nouveaux clients à condition d'adopter la bonne méthodologie.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apprentissage des différents réseaux sociaux et de leurs spécificités.
- L'apprentissage se fait par l'exercice : chaque notion théorique est immédiatement illustrée par des exercices de difficulté croissante.

OBJECTIF POST-FORMATION

- Vous développez une connaissance des spécificités et de l'apport des principaux réseaux sociaux.
- Vous obtenez les clés nécessaires pour choisir les plateformes utiles en fonction de votre activité.
- Vous savez comment procéder pour établir une stratégie de communication adaptée aux réseaux sociaux.
- Vous avez une idée claire du type de contenu à diffuser en fonction des différents publics cibles pour entretenir vos contacts, gérer votre e-reputation et générer de nouvelles ventes.

PROGRAMME

Réseaux sociaux : état des lieux

- Le webmarketing
- L'utilisation du Web et des réseaux sociaux en chiffres
- Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter : spécificités et caractéristiques des principaux réseaux sociaux.

Booster mon entreprise avec la publicité

- Quel type de publicité sur quel réseau.
- Définir les objectifs publicitaires.
- Méthode de ciblage et création d'une audience.
- Élaborer une campagne publicitaire.
- Mesurer les résultats d'une campagne publicitaire et l'optimiser.

Mettre en oeuvre sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- Définir les réseaux sociaux les plus adaptés à son activité.

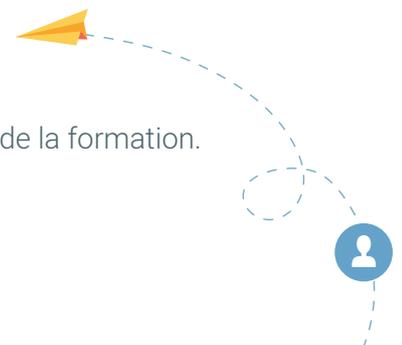
- Définir les objectifs de sa stratégie Social Media.
- Organiser sa production de contenu.
- Établir un calendrier éditorial.
- Techniques de diffusion de contenu.
- Découverte des API et outils tiers.
- Analyse des statistiques.
- Reporting des actions.

Gestion de l'e-reputation

- E-reputation : définition et analyse.
- Les bonnes pratiques sur le web.
- Veiller sur les réseaux sociaux.
- Bad buzz et gestion de crise.
- Outils d'analyse.

CONCLUSION

- Validation des acquis de la formation.
- Questions/réponses.



Newsletter :

l'e-mailing pour communiquer avec votre public



CONTEXTE

Souple et conviviale, la newsletter apporte une dimension supplémentaire à toute stratégie de communication. Elle complète les outils papiers, renforce l'impact du site Web et des réseaux sociaux. Au cours de cette formation, vous apprendrez comment valoriser un événement, relancer la vente d'un spectacle ou fidéliser par l'information...

Vous acquerrez des méthodes pratiques et rapides à mettre en œuvre... tant pour toucher des professionnels de la culture que pour communiquer envers les publics

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- La méthode pédagogique est centrée sur des allers et retours entre contenus théoriques et questionnements en rapport avec la situation professionnelle des stagiaires. En conséquence, la validation par le formateur des acquis de la formation, de la compréhension des questions abordées et de l'évolution des compétences se fait tout au long de l'action par un système de questions réponses, d'exercices, de questionnaires et d'échanges entre les participants et lui même.

OBJECTIF POST-FORMATION

- Créer une newsletter diffusée par e-mail.
- Concevoir et bâtir une ligne éditoriale et graphique pour la newsletter.
- Se familiariser avec la législation en vigueur.

PROGRAMME

Lancer une newsletter

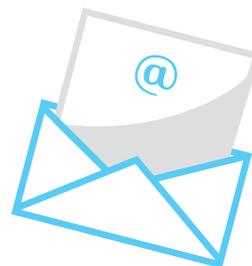
- Analyse et typologie des newsletters.
- Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter.
- Choisir et mettre en place une ligne éditoriale.
- Repérer les solutions techniques et choisir sa solution la plus adaptée.
- Règles liées au RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données).

Concevoir et réaliser votre newsletter

- Choisir les messages clés à communiquer.
- Structurer le contenu de la lettre.
- Concevoir la maquette.
- Définir la charte graphique.
- Bien utiliser la couleur.

Rédiger les textes

- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite digitale.
- Apprendre à écrire court.
- Créer des niveaux de lecture.
- Veiller à l'ergonomie de la newsletter.



Enrichir la newsletter

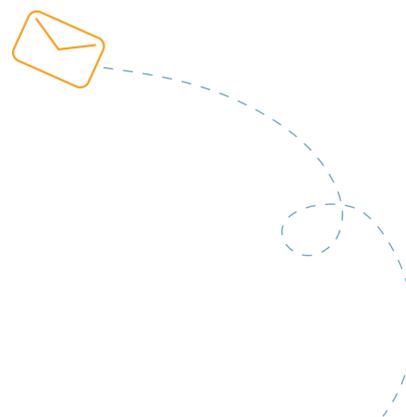
- Rédiger pour ses cibles avec la méthode personae.
- Illustrer la newsletter avec des photos.
- Intégrer les contraintes d'affichage des images.
- Veiller à la mise en page.
- Ajouter des liens hypertextes réseaux sociaux.

Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

- Définir des champs d'en-tête pertinents.
- Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam).
- Mesurer l'efficacité : taux d'ouverture et taux de clic.
- Mettre en place un tableau de bord de suivi de ses campagnes.

CONCLUSION

- Validation des acquis de la formation.
- Questions/réponses.



Travail collaboratif :

les outils du Web 2.0



CONTEXTE

Vous recevez des dizaines d'e-mails chaque jour pour vous avertir de chaque changement dans un projet ? Vos équipes et partenaires réinventent en permanence des solutions existantes ?

Il vous est difficile d'avoir une vue à la fois synthétique et à jour de l'ensemble des projets ou des dossiers en cours ?

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Plus que de mettre en place de nouvelles méthodes de travail, nous développons vos réflexes collaboratifs.
- Nous vous proposons un panel d'outils et d'applications web permettant de partager l'évolution de vos projets avec vos collaborateurs.
- Enfin, nous vous proposons une mise en pratique "grandeur nature" via un serious game.

OBJECTIF POST-FORMATION

- Vous êtes capable de collaborer avec chaque membre de votre équipe, à chaque étape de l'élaboration d'un projet, de développer l'esprit collaboratif et d'avoir le réflexe du partage au sein d'une équipe de collaborateurs.

PROGRAMME

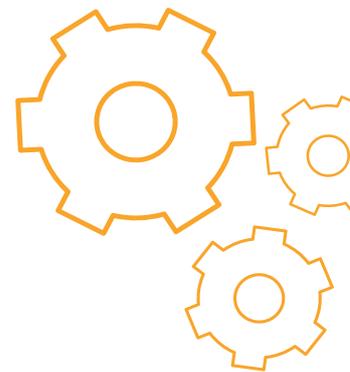
Initiation à la collaboration et découverte des outils

Les réflexes collaboratifs

- Panorama des différents outils collaboratifs : quels outils pour quels usages ?
- Installation, prise en main et utilisation des principaux outils collaboratifs : documents, feuilles de calcul, présentations, etc.
- Partager un agenda en ligne avec les autres contributeurs.
- Ecriture collaborative.
- Gérer vos projets en équipe.
- Partager des documents, les modifier, les commenter.
- Planifier une réunion de travail à distance.
- Réaliser des conférences à distance.
- Utilisation d'une salle de réunion virtuelle.
- Elaborer une stratégie de back-up.

D'autres outils collaboratifs

- Publier et partager vos présentations sur des applications en ligne dédiées.
- Garder le contact avec vos visiteurs et partenaires en recueillant leurs feedbacks grâce à l'élaboration de formulaires en ligne.
- Prise en main de l'application Evernote : recueillir, classer et annoter tous types de documents (vidéos, photos, présentations, etc.).
- Partager des informations depuis Evernote - Google Drive - Dropbox.
- Organiser et classer les informations afin de faciliter leur accès par l'utilisateur.



Exercice pratique sous forme de Serious Game

Le formateur accompagne le groupe lors de mises en pratique concrètes

- Créer et partager un agenda en ligne entre plusieurs collaborateurs.
- Planifier et inviter des collaborateurs à une réunion de travail.
- Créer un document, le partager, l'annoter et le commenter en mode collaboratif.
- Stocker et partager un document dans le cloud en choisissant l'application adaptée aux besoins.
- Choisir l'application de téléconférence adaptée à ses besoins et gérer les invitations et le suivi pendant la conférence.

Tous les exercices sont abordés lors d'un **Serious Game** incluant tous les participants (mise en situation autour d'un jeu d'ordre pédagogique utilisant les nouvelles technologies).

Déroulement du Serious Game

Le Serious Game se déroule au coeur d'une entreprise fictive, chaque participant représentant un pôle stratégique de cette entreprise. Le but étant de communiquer et de mettre en place un événement d'entreprise (ex : accueil d'un nouveau collaborateur, événement annuel, etc.). Chaque participant reçoit une feuille de route sur laquelle ses missions sont définies.

L'objectif est que chacun, en respectant ses missions, communique et travaille avec les autres pôles stratégiques en utilisant les outils collaboratifs abordés dans la première partie de la formation, en faisant le choix stratégique du bon outil en définissant ses besoins.

CONCLUSION

- Validation des acquis de la formation.
- Questions/réponses.



Recherches :

**recherches professionnelles
et gestion d'informations
sur le web**



CONTEXTE

Le Web comporte quelques centaines de milliards de documents et, comme beaucoup d'utilisateurs, vous perdez du temps dans vos recherches.

Les raisons sont nombreuses: absence de méthode, manque de compréhension du fonctionnement des outils de recherche, manque de vue globale des différentes ressources disponibles

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apprentissage des outils de recherche sur le Web .
- L'apprentissage se fait par l'exercice : chaque notion théorique est immédiatement illustrée par des exercices de difficulté croissante.

OBJECTIF POST-FORMATION

- Vous êtes capable d'utiliser toutes les fonctions avancées de recherche et d'appliquer une méthode professionnelle de recherche qui vous rendra plus efficace, plus performant, et qui vous fera économiser beaucoup de temps.
- D'autres outils de recherche (moteurs, annuaires, métamoteurs et bases de données) sont également étudiés.

PROGRAMME

Introduction aux concepts de recherche

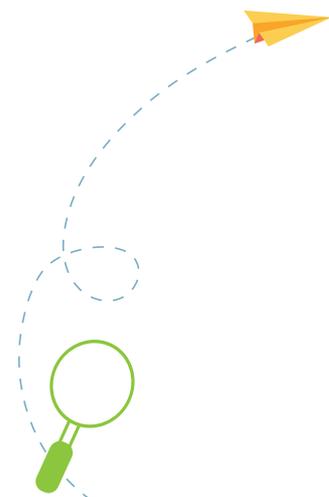
- Identifier les différents types de web.
- Quelles sont les spécificités du web profond.
- Comment distribuer l'information dans l'entreprise.
- Maîtriser la structuration de l'information sur le web.
- Comment l'information est-elle classifiée sur le web.

Maîtriser les techniques de recherche avancée

- Comprendre la structure d'une page web.
- Maîtriser les spécificités des moteurs de recherches.
- Découverte des moteurs de recherche alternatifs.
- Conseils pratiques pour trouver de l'information sur le web.
- Trois types d'opérateur pour des recherches pertinentes :
 - les opérateurs booléens
 - les opérateurs avancés
 - les opérateurs spécifiques

Concevoir un plan de recherche en utilisant le Mindmapping

Nous utilisons ce concept afin que chaque participant puisse développer sa stratégie de recherche et de veille, en utilisant une méthode inédite et naturelle tirant partie des incroyables facultés du cerveau humain.



- Qu'est-ce que le Mindmapping.
- Comment concevoir une mindmap.
- Etablir un plan de recherches avec le Mindmapping.
- Exercices pratiques.

Distribution des résultats de la recherche : méthodologie et reporting

- Définir la méthode.
- Évaluer et analyser les résultats.
- Reporting et diffusion.

CONCLUSION

- Validation des acquis de la formation.
- Questions/réponses.



Veille sur le web :

créer et optimiser sa veille sur le web pour gagner en efficacité



CONTEXTE

Combien de temps passez-vous chaque jour sur le web pour effectuer des recherches ? Une méthodologie avancée ne vous permettrait-elle pas de passer moins de temps pour trouver la bonne information ?

De nombreux outils et de nouveaux usages permettent de simplifier votre quotidien et exploiter toutes les possibilités offertes par le web 2.0 pour fiabiliser votre veille.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Les participants s'entraînent à mettre en place le système de veille qui leur convient à travers de nombreux exercices pratiques : créer un système de curation, concevoir et utiliser une mindmap, gérer les informations recueillies grâce à la veille...

OBJECTIF POST-FORMATION

- A l'issu de la formation, vous serez capable d'utiliser toutes les fonctions avancées de recherche et disposerez d'une méthodologie de veille ainsi que d'un système de gestion de l'information efficace et adaptable très facilement à vos besoins personnels et/ou professionnels.
- Les techniques explorées vous rendront plus efficace et plus performant, et vous feront économiser beaucoup de temps.

PROGRAMME

Introduction aux concepts de recherche

- Recherche vs veille : des enjeux différents.
- Identifier les différents types de web.
- Quelles sont les spécificités du web profond.
- Comment distribuer l'information dans l'entreprise.
- Maîtriser la structuration de l'information sur le web.
- Comment l'information est-elle classifiée sur le web.

Maîtriser les techniques de recherche avancée

- Comprendre la structure d'une page web.
- Maîtriser les spécificités des moteurs de recherches.
- Découverte des moteurs de recherche alternatifs.
- Conseils pratiques pour trouver de l'information sur le web.
- Trois types d'opérateur pour des recherches pertinentes :
 - les opérateurs booléens
 - les opérateurs avancés
 - les opérateurs spécifiques

Initiation au Mindmapping (carte heuristique)

- Qu'est-ce que le Mindmapping.
- Quels sont les avantages du Mindmapping.
- Comment concevoir une mindmap.
- Collaborer dans vos projets grâce au Mindmapping.
- Etablir un plan de recherches avec le Mindmapping.

Concevoir un plan de veille en utilisant le Mindmapping

Nous utilisons ce concept afin que chaque participant puisse développer sa stratégie de recherche et de veille, en utilisant une méthode inédite et naturelle tirant partie des incroyables facultés du cerveau humain.

- Exercices pratiques

Introduction aux concepts de veille

- Identifier les rôles de la veille.
- L'importance de la veille dans le contexte économique actuel.
- Quels sont les différents types de veille.
- Les bons réflexes pour bien débuter.

Etablir un plan de veille : méthodologie et reporting

- Définir la méthode.
- Evaluer et analyser les résultats.
- Reporting et diffusion.
- Comment utiliser les flux RSS.
- Comment créer un flux RSS lorsque le site en est dépourvu.
- Comment créer un flux RSS sur les réseaux sociaux.
- Comment utiliser les filtres pour optimiser les résultats de la veille.
- Comment agréger les résultats de la veille.
- Comment veiller grâce aux "Web Alertes".
- Comment créer des alertes sur les réseaux sociaux.

Mise en place d'un système de veille : Exercices pratiques

Introduction aux concepts de curation

- Qu'est-ce que la curation.
- Identifier les trois sens de la curation.
- Le "curator" : l'homme au coeur du système.
- La curation : une démarche intellectuelle.
- Comment mettre en place un système de curation.
- Exercices pratiques : mettez en place votre système de curation.

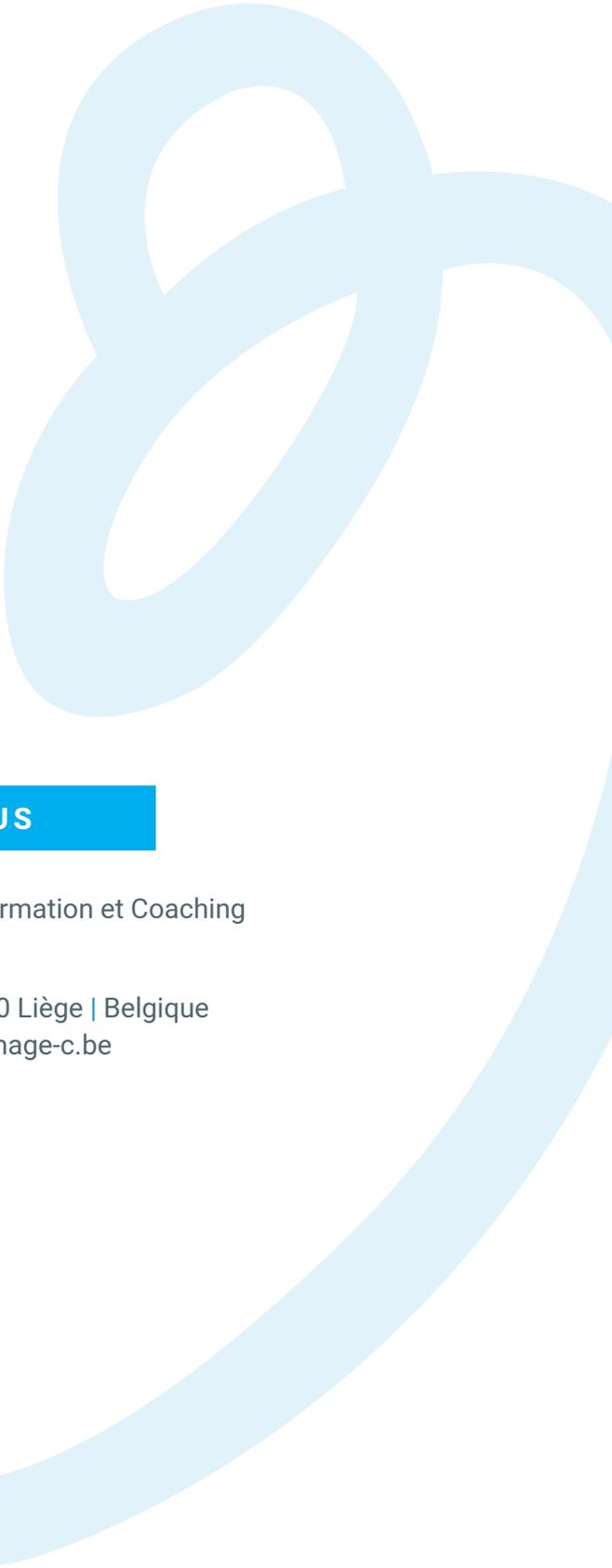
Introduction aux concepts de gestion de l'information

- Que faire avec l'information recueillie grâce à la veille.
- La diffusion interne de l'information.
- La diffusion externe de l'information.
- Le stockage et le classement de l'information.
- Utiliser les outils du Web pour organiser l'information, collaborer en ligne et partager l'information.
- Mise en place d'un système de classement et de gestion de l'information.

CONCLUSION

- Validation des acquis de la formation.
- Questions/réponses.





CONTACTEZ-NOUS

Salvo Principato - Chief Digital Officer | Formation et Coaching
salvo@image-c.be

Boulevard Emile de Laveleye 93b | 4020 Liège | Belgique
T. +32 (0)4 232 40 40 | info@image-c.be