



CATALOGUE DE FORMATIONS

Conseil Création Formation

www.synergie-communication.fr

Agence Vendée
97, rue du président De Gaulle
85000 La Roche sur Yon

Agence Deux-Sèvres
4, chemin des Garennes
79360 Beauvoir sur Niort

Audrey Aubineau
06 81 52 49 87
audrey@synergie-communication.fr

La communication, outil de réussite : votre support écrit est-il un allié lors de vos interventions orales ?

Où trouver cette valeur-ajoutée ? Comment animer, impliquer, fédérer et évaluer les résultats escomptés ?
La communication peut devenir un véritable outil de réussite ! Oui, communiquer est un art qui ne s'invente pas !
Quel message véhiculer ? Comment réussir à le transmettre ? Comment est-il perçu ? Autant de questions auxquelles nous apporterons des réponses pour affiner vos supports de communication écrits et réussir vos interventions orales. Vous valorisez ainsi vos compétences techniques sur l'ensemble d'un service !

Public : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, directeur des ressources humaines, directeur de service, cadres, secrétaires...

Objectifs :

Comprendre les enjeux d'une stratégie de communication

Optimiser votre communication orale dans votre environnement professionnel

Votre support écrit, tremplin de votre communication orale

Contenu :

Les fondamentaux de la communication

Définir un cahier des charges : la méthode CQQCOQP

Animer votre discours : influence du verbal et non-verbal

Réussir son document de présentation écrit : mise en page, typologies, couleurs, message

Evaluer votre intervention : notion d'image de marque

Méthode :

Analyse de vos réels objectifs et problématiques

Définition d'un cahier des charges type

Elaboration du prisme identitaire

Durée et tarif : 2 jours à 950 € HT/personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Comment conjuguer projet professionnel du salarié et stratégie d'entreprise ?

Avec cette formation, vous comprendrez en quoi l'entretien professionnel du salarié est un outil au service du projet professionnel de ce dernier et aussi un levier incontournable pour développer votre entreprise.

Public :

Direction d'entreprises PME - PMI, DRH, RRH, cadre RH

Objectifs :

Connaître les obligations légales de formation

Comprendre les enjeux de l'entretien professionnel pour le salarié et l'entreprise

Réussir l'entretien professionnel

Construire le plan de formation en cohérence avec vos objectifs stratégiques d'entreprise

Maîtriser les différentes étapes d'aide à la définition de votre stratégie d'entreprise

Contenu :

Jour 1

Les fondamentaux de la réforme de la formation

Les dispositifs et sources de financements : astuces et méthodes

La formation de vos salariés, un levier stratégique de développement

La communication orale, outil de réussite :

- la conduite de l'entretien : outils et méthodes
- l'écoute active
- le charisme

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

30, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

synergie-communication .fr / n° de déclaration d'activité : 52 85 01824 85

Jour 2

Du plan de formation à l'élaboration d'une stratégie d'entreprise :

- savoir conjuguer les besoins des salariés et ceux de l'entreprise
- élaborer un plan de formation cohérent avec les objectifs stratégiques de votre entreprise

Définition de votre stratégie :

- définition SWOT (opportunités, menaces, forces, faiblesses)
- optimisation de votre image grâce au « prisme identitaire » : définition de vos valeurs

Méthode :

Diagnostic de votre situation : produits/prestations, historique, moyens humains et financiers, besoins en formation, axe de développement...

Mise en situation de la conduite d'entretien : remise d'un support d'entretien professionnel

Exemples concrets de plan de formation en entreprise et retour sur investissement

Définition de votre SWOT et de votre prisme identitaire

Durée et tarif : 2 jours à 1500 € HT/personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

30, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

synergie-communication .fr / n° de déclaration d'activité : 52 85 01824 85

Et si votre communication interne influençait votre communication externe ? Une cohérence dans vos supports internes (déclinaison de votre logo et charte graphique sur email, papiers en-tête, photocopies, journal interne) est primordiale pour améliorer ainsi le sentiment d'appartenance de vos collaborateurs, réussir votre communication à l'extérieur et donc les performances et la notoriété de votre structure.

Public : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, chargés de communication

Objectifs :

Concevoir et faire vivre une publication périodique destinée à vos collaborateurs ?
Comment impliquer vos équipes ?

Contenu :

Bien choisir son support : définir les objectifs de votre support, la forme (papier, intranet, blog, réseaux sociaux...), la périodicité
Réfléchir au contenu de votre support : respecter une cohérence d'un support à l'autre, définir un chemin de fer, savoir aller à l'essentiel, choisir des thèmes percutants
Savoir rédiger un article : bien choisir son sujet, de l'interview à la rédaction d'un article, savoir écrire un twitt
Quelques règles à respecter en terme de graphisme : couleurs, typographiques, formes, mise en page
Intégrer les équipes internes : aller à la recherche de l'information, actualiser votre support, reporting
Vos équipes sont les vecteurs de communication externe : comment les associer à votre stratégie de communication ?

Méthode :

Etude de vos supports actuels
Etude de cas : définition d'un chemin de fer, rédaction d'articles, situations vécues en tant que responsable

Durée et tarif : 1 journée à 750 € HT / personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Vos équipes et outils de communication internes sont les premiers vecteurs de votre communication externe. Comment positionner la communication comme levier de performance et faire adhérer à vos projets ?

Public : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, chargés de communication

Objectifs :

- Valoriser le rôle stratégique du service communication en interne
- Justifier vos choix et votre budget communication
- Convaincre vos équipes en affirmant votre leadership
- Associer vos équipes internes à votre stratégie de communication

Contenu :

- Analyse de votre situation actuelle : quel dir com êtes-vous ?
- Repérer les projets à enjeux forts pour l'entreprise
- S'approprier le plan de communication pour mieux le défendre : panorama des médias, piloter et évaluer le plan de communication
- Acquérir les concepts clés du management et de la culture d'entreprise
- Prendre la parole en public : conduite de réunion, négociation, gestion de conflits

Méthode :

- Etude de votre profil de poste et missions
- Etude de vos projets actuels et à venir (support de travail : exemple d'une campagne de communication type)
- Jeux de rôles

Durée et tarif : 1 journée à 750 € HT / personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Votre axe de communication prioritaire, fondement de votre stratégie de communication, est différent que vous soyez entreprise ou institutionnel, que vous souhaitiez promouvoir une marque, un produit, un service, développer votre notoriété ou modifier votre image... Cette formation sera adaptée à VOTRE objectif principal. Nous construirons ensemble VOTRE stratégie de communication.

Public :

Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales

Objectifs :

Comprendre les enjeux de la stratégie de communication.

Comment appliquer votre stratégie ?

Maîtriser les différentes étapes d'un audit de communication : SWOT (opportunités, menaces, forces, faiblesses), image...

Savoir définir et organiser des actions de communication.

Contenu :

De l'élaboration d'une stratégie d'entreprise au plan de communication

Diagnostic de vos problématiques, valeurs, temps forts, cibles, outils de communication actuels

Apprendre à construire une stratégie de communication adaptée à vos besoins et à votre budget en lien avec votre stratégie d'entreprise : cibles, messages, outils de communication, aller à l'essentiel dans vos choix

Méthode :

Analyse de vos réels besoins, des moyens humains et financiers dont vous disposez.

Définition de votre SWOT, prisme identitaire actuel et futur.

Elaboration de votre stratégie d'entreprise

Durée et tarif : 2 jours à 1500 € HT/personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

De l'élaboration d'une stratégie de communication au plan de communication : Quel message pour quelle cible ? Quels médias et supports choisir ? A quelle fréquence communiquer et combien de temps ? Quel budget dois-je prévoir ? Comment être sûr du retour sur investissement ?

Public :

Assistants de communication, responsables de communication, direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales

Objectifs

Comprendre les enjeux d'un plan de communication interne et externe en lien avec la stratégie de communication que la direction aura définie

Construire votre plan de communication

Évaluez les résultats

Contenu :

Les étapes de construction d'un plan de communication : déterminer les cibles, construire le message

Zoom des médias et supports locaux : avantages et inconvénients, budget moyen par campagne...

Concevoir le mix-communication

Planifier les actions de communication et établir le budget

Évaluer et mesurer les résultats de votre communication

Méthode :

Construction de votre plan de communication

Études des différents moyens pour évaluer sa cote de notoriété et d'image : questionnaires, réseaux sociaux

Durée et tarif : 2 jours à 1500 € HT / personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Vous comprendrez les rôles et missions d'un assistant de communication, vous découvrirez les techniques, outils, mots-clés de ce métier qui faciliteront vos relations avec vos partenaires extérieurs... Vous apprendrez à piloter efficacement un plan de communication et à le promouvoir en interne.

Public :

Chargés de communication, assistants de direction d'entreprise, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables des relations presse.

Objectifs :

Mieux comprendre son environnement externe pour optimiser vos relations avec les prestataires extérieurs
Appréhender les stratégies de communication interne et externe
Piloter le plan de communication

Contenu :

Connaître les enjeux et différents canaux de communication
Analyse de votre fiche de poste, définir votre rôle et vos missions, diagnostic des actions de votre entreprise
Savoir exploiter les outils de communication et publicitaires
Acquérir des méthodes pour gérer les campagnes et le budget du plan de communication
Travailler efficacement avec les partenaires extérieurs : agences de communication, régies publicitaires, imprimeurs, journalistes et autres partenaires

Méthode :

Explication des outils : stratégie de communication, prisme identitaire, charte graphique, plan de communication, gestion du budget, rétro-planning avec des exemples de plans de communication déjà réalisés, adaptés à votre structure.
Rédaction d'un brief, cahier des charges

Durée et tarif : 1 journée à 750 € HT / personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

La communication d'information apporte une valeur ajoutée à la communication commerciale. Comment interpeller les journalistes et pérenniser le contact ? De la rédaction d'un communiqué de presse à l'organisation d'une conférence...

Public : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, dir com, chargés de communication

Objectifs :

Intégrer les bases nécessaires pour réussir sa politique de relations presse
Définir une stratégie d'information
Apprendre à convaincre par l'écrit

Contenu :

Maîtriser les particularités et les évolutions des différents supports et types de presse
Définir les objectifs et cibles des relations presse
Organiser les modes de relations avec les journalistes : les occasions à saisir, angles d'attaque, plan de communication...
Utiliser avec pertinence les outils écrits (communiqué de presse, dossier de presse), réseaux sociaux (twitter), oraux (interviews, conférences de presse): erreurs à ne pas commettre
De la notion d'image à la gestion de la réputation

Méthode :

Définition d'une stratégie d'information autour d'un événement
Utilisation de l'outil twitter
Analyse de communiqué et dossier de presse type

Durée et tarif : 2 jours à 1500 € HT / personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

La réponse à cette question se fonde sur des éléments intuitifs et subjectifs.

Comment « mesurer » une notoriété, quels outils utiliser pour obtenir une réponse objective à la question posée ?

Comment savoir quelle image vous véhiculez ?

Cet audit vous permettra d'analyser vos marges de progression pour ensuite affiner votre identité, votre stratégie d'entreprise et optimiser votre communication

Public : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales

Objectifs :

Réaliser un diagnostic de notoriété et d'image actuel et futur via des études qualitatives et/ou quantitatives et la définition de votre prisme identitaire

Théorie :

Comprendre les enjeux d'une stratégie d'entreprise et de communication, l'importance d'une cohérence dans votre communication interne et externe

Quelle différence entre notoriété et image ?

Quand et pourquoi réaliser des études sur la marque ? Par quel moyen ?

Comment administrer un questionnaire ?

Etudes pratiques :

Etude au préalable de vos produits, services, concurrents, points forts, points faibles...

Exemple d'études qualitatives et quantitatives types

Conception de votre questionnaire

Définition de votre prisme identitaire

Durée et tarif : 2 jours à 1500 € HT/personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

La prospection, un véritable savoir-faire, source de développement

La prospection est un véritable levier de développement, si elle est réussie. Elle requiert de la rigueur, de l'organisation et un véritable savoir-faire. Nous réaliserons ensemble vos outils de prospection pour gagner en efficacité. Les techniques de prospection étudiées, vos argumentaires mis en place, vous vous exercerez ensuite à la prospection écrite et orale. Votre portefeuille client évolue chaque année. Qu'en est-il de votre fidélisation client ? L'optimisez-vous ? Fidéliser un client coûte 3 fois moins cher que d'en capter un nouveau !

Public :

Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, managers, commerciaux, assistants, secrétaires...

Objectifs :

Comprendre les enjeux de la prospection et de la fidélisation

Créer vos outils de prospection efficaces, aide à l'organisation et levier de développement

Augmenter son nombre de RDV qualifiés pour assurer le développement de votre activité

Gagner en assurance et convaincre

Contenu :

Diagnostic préalable

Qui sont vos clients ? Quels sont vos produits/prestations : forces, faiblesses

Quelle est votre problématique ? Quelles sont vos opportunités, menaces ? quel est votre axe stratégique ?

Quels sont vos objectifs et enjeux de réussites sur quelle période ?

Quelles sont vos compétences actuelles ?

Communiquer, c'est quoi ?

Définir un objectif clair

Identifier ses interlocuteurs

Se positionner par rapport à notre cible

Définir un message

Pourquoi et comment prospecter ?

Définir des typologies client, qualifier ses interlocuteurs à un instant T
Adapter son argumentaire et structurer son message
Créer vos outils de prospection : fiche prospects, base de données client

Les bonnes pratiques de la fidélisation prospective

Mise en place d'un plan de prospection : relance, suivi
Comprendre l'enjeu des prescripteurs
Les fondamentaux de mise en page pour susciter l'attention : mise en page, typologies, formes, couleurs...
Les techniques d'écriture pour captiver le lecteur : plans, message principal, déclinaison des messages clés, le choix des mots, du ton...

Réussir ses appels téléphoniques

Préparer ses entretiens : mise en condition physique et mentale
Les différentes phases de la prospection téléphonique : méthode CROC
Franchir le barrage secrétaire et répondre aux objections
Accepter le refus

Réussir ses premiers entretiens face-à-face

Réussir le 1^{er} contact
Réussir l'écoute active
Adapter et structurer son argumentaire pour convaincre

Méthode :

Analyse de votre SWOT
Exercice sur l'écoute active
Création des outils de prospection : fiche prospects, fichier de prospection, argumentaire par typologies de client
Rédaction d'un modèle d'emailing et d'un modèle de newsletter en fidélisation prospective
Préparation d'un entretien : définition d'un cahier des charges (qui ?, quoi ?, pour qui ?, comment ?)
Mise en situation appels téléphoniques et rdv face-à-face

Durée et tarif : 2 jours à 1200 € HT/personne (-30 % pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

synergie-communication .fr / n° de déclaration d'activité : 52 85 01824 85

Public :

Aux directeurs, chargés ou assistants de communication, tout public pouvant être confronté à des travaux de communication. Toute personne ayant besoin d'intégrer des images dans des documents.

Pré-requis :

Maîtriser l'environnement Mac ou PC

Objectifs :

Connaître les fonctionnalités générales de Photoshop et être autonome avec le logiciel. Savoir préparer un fichier pour l'impression, optimiser une image pour internet ou le print, réaliser des retouches d'images simples et un support de communication avec du texte.

Contenu :

Ouvrir un document et créer un espace de travail personnalisé
Notions de base pour créer des visuels (différence entre les images, couleurs et dimensions)
Connaître des différents outils, utilisation des claques
Initiation à la retouche photo, saisir du texte
Exploration des filtres et des effets spéciaux

Méthode :

Familiariser au langage graphique et aux différents types d'images et de résolutions, formation au logiciel avec travaux pratiques.

Durée : 14 h

Public :

Aux directeurs, chargés ou assistants de communication, tout public pouvant être confronté à des travaux de communication. Toute personne souhaitant optimiser ses connaissances dans la retouche d'images. Professionnels de l'image nécessitant une bonne maîtrise du logiciel.

Pré-requis :

Pour suivre cette formation, il est nécessaire d'avoir suivi avec succès le stage Photoshop niveau 1.

Objectifs :

Connaître les fonctionnalités avancées de Photoshop, réaliser des montages complexes. Réaliser des retouches publicitaires. Maîtriser les modes de couleur, l'étalonnage et la chromie.

Contenu :

Manipulation des filtres et des effets de style
La retouche et ses outils
Le détourage
Création d'un masque et ses outils
Apprendre à travailler avec les couches et les masques
Exploiter les scripts Photoshop
Personnalisation des raccourcis clavier

Méthode :

Formation au logiciel avec travaux pratiques.

Durée : 14 h

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Les fondamentaux de l'UX Design

La formation *UX Design* (User eXperience) vous permettra d'acquérir les méthodes et la démarche nécessaires au développement de projets intégrant le design d'expérience utilisateur.

Le UX design consiste à penser et à concevoir un site web, une application mobile ou tablette de manière à ce que l'expérience utilisateur soit la meilleure possible. L'expérience utilisateur se définit en amont du travail de conception, de création et de développement.

Le UX design vise à penser un site web de manière à ce que l'utilisateur soit satisfait au cours de la navigation du site : un site à la présentation attractive et une ergonomie instinctive permettant une recherche d'information efficace.

Public :

Webdesigners, graphistes, directeurs artistiques, concepteurs ou développeurs de sites ou d'applications mobiles, chefs de projets web, chefs de projets numériques multisupports, chefs de projets digitaux, développeurs front.

Objectifs :

Identifier les particularités et les acteurs de projets intégrant de l'UX design

Identifier et pratiquer les différentes phases de la méthodologie UX

Identifier les bases du fonctionnement de l'être humain

Acquérir les notions essentielles d'ergonomie et de prototypage

Évaluer un produit ou un service en utilisant les critères ergonomiques et proposer des recommandations d'amélioration

Contenu :

Enjeux et valeurs de l'UX design dans le monde digital

Collecter, analyser et formuler les problématiques et les enjeux d'un projet : définition du SWOT

Diagnostic de l'image de marque : définition du prisme identitaire

Réussir les entretiens utilisateurs - Communiquer est un art !

Bases du fonctionnement cognitif de l'être humain (vision, mémoire, cognition)

Le métier d'UX designer

L'empathie, une qualité essentielle

Animer les entretiens : fondamentaux de la communication orale verbale et non-verbale

Définir les utilisateurs / personas

Identifier et qualifier des utilisateurs type d'après vos prospects et clients actuels

Lister les caractéristiques des personas : cas pratique rédaction des questions essentielles du questionnaire

Réussir ses regroupements

Créer les 4-5 personas principaux représentatifs de votre clientèle

Mettre en scène l'expérience utilisateur

Évaluer un produit ou un service en utilisant les critères ergonomiques : cas pratique animation d'un entretien utilisateur d'après votre site internet actuel

Principe d'ergonomie et d'utilisabilité

Proposer des recommandations d'amélioration

Identifier les bonnes pratiques d'ergonomie

Architecture de l'information : réalisation de l'arborescence : cas pratique méthode du tri par carte

Prototypage : zoning

Structure du contenu par page type : création des schémas d'écran , maquette

Adaptation des parcours aux différents usages et supports numériques

Méthode :

Diagnostic de votre entreprise : enjeux, stratégie (opportunités/menaces, forces/faiblesses), outils de communication, image de marque
(prisme identitaire)

Cas pratique :

Questionnaire pour définir les personas

Entretien utilisateurs

Définition d'une meilleure arborescence de site

Durée : 4 jours à 750€ HT / personne / jour

**Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr
n° de déclaration d'activité : 52 85 01824 85**

Et si votre site internet ne suffisait plus pour communiquer efficacement sur la toile ? Découvrez l'univers du web social et passez « le cap » ! Comment créer son compte ?

Public : Néophyte : Direction d'entreprise artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, marketing et relations clients...

Objectifs :

Connaitre et comprendre le fonctionnement, les enjeux, les applications et les typologies du Web participatif
Comprendre la dimension liée au Web mobile (smartphones, tablettes ...)
Maîtriser la création et l'administration d'un compte sur les plateformes de partage de médias.

Contenu :

Définir les grandes typologies de plateformes du web participatif et leurs fonctionnalités : facebook, blogs, linkedin, twitter, plateformes d'hébergement photo et vidéo
Définir les grands concepts régissant le web social : engagement, référencement, buzz, web 2.0...
Les différents modes de consultation des contenus : PC, périphériques mobiles, périphériques connectés...
Utilisation des périphériques mobiles (Smartphone ou tablette) comme sources de contenus
Découvrir le vocabulaire courant - bonnes pratiques et erreurs à ne pas commettre
Définir vos objectifs de communication pour choisir la ou les plateformes les mieux adaptées à vos besoins

Méthode :

Exemples d'usages par le grand public.
Exemples d'usages par les institutionnels (entreprises, associations, organisations publiques...)
Interactivité avec les participants tout au long de la session (quizz, ateliers pratiques adaptés à votre activité et à vos besoins...).
Atelier pratique : création d'un compte, d'une page organisation sur un réseau social, mise en ligne de contenus et exploration des principales fonctionnalités : 2 plateformes à choisir

Durée et tarif : 1 journée à 750,00 € HT/ personne (-30% pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Et si ce média, en plein essor, devenait une réelle opportunité pour développer votre portefeuille clients/partenaires, votre chiffre d'affaires et générer du trafic ?

Public : initié/expert : Direction d'entreprise artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, marketing et des relations clients

Objectifs :

Identifier les réseaux sociaux et comprendre leurs spécificités
Choisir parmi les réseaux sociaux, ceux qui répondent, au mieux, à vos besoins
Connaître leurs usages, leurs fonctionnalités et savoir en tirer parti

Contenu :

Quelle est la différence avec les réseaux professionnels et grand public ? Comment fonctionnent-ils ? Où sont vos clients et partenaires ?
Quel intérêt pour vous ? augmenter votre visibilité, attirer de nouveaux prospects, faire valoir votre expertise professionnelle...?
Sécurité et précautions d'usage sur les réseaux sociaux
Bonnes pratiques et erreurs à éviter en terme de contenus (Quizz)
Constitution et suivi des indicateurs de performances

Méthode :

Analyse préalable de la situation de votre organisation et adaptation du contenu de la formation à votre niveau de connaissances via un brief et questionnaire
Etude d'un exemple de stratégie de communication sur les réseaux sociaux professionnels et analyse d'un compte de société
Quizz et atelier pratique

Durée : 1 journée

Prix : 750,00 € HT/personne (-30% pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Pourquoi intégrer les réseaux sociaux à votre stratégie de communication globale ? Comment s'y retrouver ? Quels sont les enjeux, codes, acteurs en place, stratégies et les tendances à venir ? Cette formation attire votre attention sur l'importance des réseaux sociaux, le web mobile dans une stratégie de communication.

Public : Néophyte : Direction d'entreprise artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, marketing et relations clients...

Objectifs :

Connaitre et comprendre le fonctionnement, les enjeux, les applications et les typologies du Web participatif
Comprendre la dimension liée au Web mobile (smartphones, tablettes ...)
Définir votre stratégie 2.0

Contenu :

Définir les grands concepts régissant le web social : engagement, référencement, buzz, web 2.0...
Connaître les usages des internautes et les implications pour les marques et/ou entreprises
Connaître les usages types des médias sociaux par les entreprises : communication, recrutement, relation client, SAV...
Définir les grandes typologies de plateformes du web participatif et leurs fonctionnalités pour choisir la ou les mieux adaptées à vos besoins
Définir vos objectifs de communication et cibles sur les réseaux sociaux et vos éléments opérationnels
Bien choisir ses contenus, fréquences de publication
La notion juridique
Bonnes pratiques et erreurs à ne pas commettre

Méthode :

Analyse préalable de la situation de votre organisation
Atelier pratique : Analyse de votre E-réputation, initiation à la veille image
Exemples de plan de communication type sur les médias sociaux
Définition de votre stratégie

Durée et tarif : 1 journée à 750,00 € HT/ personne (-30% pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Qu'elle investisse ou pas les réseaux sociaux, l'entreprise est devenue un sujet de discussion ouvert à tous. Les réseaux sociaux y être ou ne pas y être ? Opportunités/menaces... ? Comment ne pas se disperser et restez « maître » de votre communication sur le net ? Comment faire le buzz ou comment maitriser un « bad-buzz » ?

Public : initié/expert : Direction d'entreprise artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, marketing et directions commerciales

Objectifs :

Savoir sur quel support B to C être présent aujourd'hui et demain ?
Etre capable d'évaluer, de gérer, d'influer sur l'évolution de la visibilité en ligne (E-réputation) de votre organisation
Comprendre la dimension liée au Web mobile dans les usages liés aux réseaux sociaux (smartphones, tablettes ...)

Contenu :

Connaître les usages des internautes et les implications pour les marques et/ou entreprises
Connaître les usages types des médias sociaux par les entreprises
Distinguer visibilité et réputation
Savoir évaluer et influencer votre E-réputation : connaître les outils de veille
Interpréter les indicateurs de performances
Définir votre stratégie de réaction et de modération

Méthode : prévoir un ordinateur par personne connecté à Internet
Analyse préalable de la situation de votre organisation et adaptation du contenu de la formation à votre niveau de connaissances via un brief et questionnaire
Atelier pratique : Diagnostic de votre e-réputation

Durée : 1 journée

Prix : 750,00 € HT/personne (-30% pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Vous avez choisi de communiquer sur le net mais quel message publier ? Utilisez-vous votre blog et les réseaux sociaux de manière efficace ? Quel contenu y mettre pour quel public ?

Public : initié / expert : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, responsables marketing, directions commerciales...

Objectifs :

Etre capable de créer des contenus de type texte, des images, des vidéos pour alimenter un compte sur les réseaux sociaux. Collecter et sélectionner des contenus pertinents et attractifs.

Contenu :

Panorama des contenus types : spécificité liée aux différentes plateformes.

Créer, diffuser, partager des articles, des photos, des vidéos : règles et usages de base.

Présentation graphique des informations et des données : l'infographie, un des contenus les plus populaires.

Bonnes pratiques pour l'écriture sur les réseaux sociaux.

Bonnes pratiques pour engager un échange avec les autres internautes.

Cadres juridiques pour la publication et le partage de médias.

Indicateurs de popularité des contenus, échelles d'évaluation.

Méthode :

Analyse préalable de la situation de votre organisation et adaptation du contenu de la formation à votre niveau de connaissances.

Analyse des contenus d'un compte Twitter, d'une page fan Facebook ou Google + (sélectionnés selon le profil des participants).

Construction d'un Tweet et d'un poste sur Facebook : de la sélection du contenu à la publication.

Prévoir impérativement un PC connecté à internet par personne - session de 4/5 personnes maximum

Durée et tarif : 1 journée à 750 € HT/ personne (-30% pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Et si votre site internet ne suffisait plus pour communiquer efficacement sur la toile ? Et si vous partagiez bien plus via un blog ? Cette formation est un véritable accompagnement personnalisé, puisque nous créons ensemble votre support de communication Web 2.0

Public : initié / expert : Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, responsables marketing, directions commerciales...

Objectifs :

Créer et administrer efficacement un blog : écrire, publier, diffuser son contenu
Comprendre et gérer les interactions entre votre blog et les réseaux sociaux
Etre capable d'évaluer le ROI de votre blog, connaître les leviers pour optimiser son coût, son fonctionnement et sa visibilité sur le web
Utiliser un blog pour étendre la visibilité de votre société, de ses produits et de ses services auprès de nouveaux publics ; améliorer le référencement naturel et le trafic de votre site.
Capter de nouveaux prospects via votre blog.
Préparer votre blog pour le web mobile (Smartphones, tablettes).

Contenu :

Définition : qu'est-ce qu'un blog ? Historique du format. Importance des blogs sur le web. Grands types de blogs : entreprises, thématiques, politiques & personnalités, personnels ...
Comment intégrer son blog dans une stratégie de communication en ligne ?
Administrer votre blog : cadre et contraintes juridiques.
Estimation du budget nécessaire pour animer efficacement un blog.
Indicateurs de performances d'un blog
Bonnes pratiques et erreurs à ne pas commettre.

Analyse de deux blogs remarquables (choisis selon le profil des participants) à l'aide d'une grille d'évaluation.

Création de la base de votre blog et publication des premiers contenus sur Blogger, la plateforme de blog de Google.

Créer des contenus populaires pour un blog :

- définir le périmètre thématique de votre blog ;
- choisir le ton et les contenus éditoriaux ;
- collecter et sélectionner des contenus attractifs : initiation à la veille ;
- écrire pour un blog, maîtriser l'art de la synthèse, écrire une brève ;
- maîtriser le mix contenu original / reprise de contenu tiers ;
- partager sans plagier.

Création d'un compte ; présentation de l'interface administrateur ; personnalisation du design ; création et mise en ligne d'un poste ; intégration de plug-in / d'une page organisation sur un ou plusieurs réseaux sociaux; présentation des fonctionnalités principales (publication de contenus, personnalisation des pages, indicateurs embarqués...).

Méthode :

Analyse préalable de la situation de votre organisation et adaptation du contenu de la formation à votre niveau de connaissances.

Interactivité avec les participants tout au long de la session (quizz, ateliers pratiques adaptés à votre activité et à vos besoins...).

Mélange d'aspects théoriques et pratiques

Prévoir impérativement un PC connecté à internet par personne

Durée : 1 journée et demie

Tarif : 1275 € HT/personne

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon

Connaître les leviers pour optimiser le référencement naturel et le trafic de votre site

Plus de 571 sites se créent chaque minute dans le monde ! Comment vous faire connaître ? Que vous ayez un site vitrine graphique ou un site marchand fonctionnel, l'objectif est qu'il soit vu et lu. Le référencement de votre site est aussi important que le site en lui-même.

Public : initié / expert :

Direction d'entreprises artisanales ou commerciales, d'institutions publiques et privées, collectivités locales, responsables de communication, responsables marketing, directions commerciales...

Objectifs :

Comprendre les grands principes d'indexation et de référencement des sites web par les principaux moteurs de recherches.
Avoir un regard éclairé par rapport aux discours sur le SEO et le référencement payant.
Pouvoir déterminer ce que vous pouvez faire vous-même, ce que vous devez déléguer, ce qui est indispensable et ce qui est accessoire.
Connaître les leviers permettant d'améliorer le référencement et le trafic de votre site.
Sélectionner les bons indicateurs pour le suivi de votre démarche SEO.
Pouvoir déterminer les leviers d'action à utiliser pour améliorer votre référencement et mettre en place rapidement les optimisations les plus simples.
Être capable de benchmarker simplement le trafic de votre site par rapport à des sites concurrents.

Contenu :

Qu'est-ce que le référencement naturel et le SEO (Search Engine Optimization) ?
Définitions des concepts clés liés au référencement, au SEO et à la notion de trafic
Référencement naturel vs référencement payant
Panorama des principaux moteurs de recherches et de leurs principes de fonctionnement
Paramètres de « forme » et de « fond » à prendre en considération pour optimiser votre référencement et son trafic
Suivre l'évolution des pratiques SEO et des règles de référencement et d'indexation des moteurs de recherche
Optimiser le référencement et le trafic d'un site web : évaluation des coûts et du ROI
Bonnes pratiques et erreurs à éviter

Analyse du trafic et de l'optimisation SEO, visibles à partir de deux sites (sélectionnés selon le profil des participants) à l'aide d'une grille d'évaluation.

Analyse de votre site : donnée de trafic ; détection des paramètres d'amélioration en termes d'optimisation de référencement. Benchmark avec les sites précédemment analysés.

Méthode :

Analyse préalable de la situation de votre organisation et adaptation du contenu de la formation à votre niveau de connaissances.

Exemples d'Indicateurs de performance pour le référencement, le trafic

Exemples de stratégies de référencement types.

Interactivité avec les participants tout au long de la session (quizz, ateliers pratiques adaptés à votre activité et à vos besoins...).

Mélange d'aspects théoriques et pratiques

Prévoir impérativement un PC connecté à internet par personne

Session de 4/5 personnes maximum

Durée : 1 journée

Prix : 750 € HT/ personne (-30% pour le participant supplémentaire de la même entreprise)

Contact : audrey aubineau - 06 81 52 49 87 ou audrey@synergie-communication.fr

4, chemin des garennes – 79360 Beauvoir sur Niort / 97, rue du Président de Gaulle – 85000 La Roche sur Yon