Catalogue
de formations

2026/2027

Pour une boooooonne communication

Sophie le mouton à 5pattes

Des formations courtes, concrètes
et 100 % adaptées à vos enjeux

Des formations sur-mesure au service de votre réussite

Chez Sophie le mouton à 5 pattes, pas de formation générique appliquée aveuglément. **Chaque module présenté ci-dessous sert de socle, mais est entièrement personnalisé** selon votre secteur d'activité, le niveau de vos équipes et vos objectifs stratégiques.

Les formations que je vous propose sont faites sous des **formats flexibles et adaptés** à votre activité :

- **En visioconférence :** sessions courtes et dynamiques (modules de 2h ou demi-journées) pour s'intégrer facilement dans des emplois du temps chargés sans couper la journée de travail.
- **In Situ (Dans vos locaux) :** Ateliers en présentiel pour immerger vos équipes et favoriser la mise en pratique immédiate.

“ 4 pôles de formation pour vous rendre encore plus efficace dans vos actions de communication et vous aider à atteindre vos objectifs commerciaux plus rapidement ”

Les formations que je vous propose sont réparties sous la forme de **4 pôles** correspondant à vos besoins prioritaires.

Certaines actions de formation sont éligibles à des aides et subventions de votre OPCO grâce à la certification Qualiopi d’une agence partenaire où j’interviens en tant que consultante. D’une durée plus longue (minimum 1 jour plein), elles sont encadrées et soumises à des formalités plus importantes au préalable.

Sommaire

Pôle 1 : Stratégie et vision globale de votre communication **5**
Pôle 2 : Réseaux sociaux et image de marque **6**
Pôle 3 : Visibilité web, référencement et relation client **7**
Pôle 4 : Efficacité, rédaction et outils du quotidien **8**

Programme détaillé des formations **9**
Pôle 1 : Stratégie et vision globale de votre communication 9
Formation “Créer et suivre son plan d'actions de communication” 9
Formation “Analyser ses statistiques de communication pour prendre les bonnes décisions” 11
Formation “Stratégie d'influence : identifier et activer les bons partenariats” 13
Formation “Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale” 15
Pôle 2 : Réseaux sociaux et image de marque 18
Formation “Préparer et structurer son calendrier éditorial pour les réseaux sociaux” 18
Formation “LinkedIn : les bonnes pratiques pour booster sa communication B2B” 20
Formation “Prise en main de Canva : créer des visuels professionnels en autonomie” 22
Formation “Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux” 25
Pôle 3 : Visibilité web, référencement et relation client 28
Formation “Optimiser sa visibilité locale et attirer des clients de proximité (Google)” 28
Formation “Les bons tuyaux pour améliorer son référencement naturel (SEO)” 29
Formation “Concevoir et réussir ses campagnes d'e-mailing & newsletters” 31
Formation “Communication inclusive et accessibilité web : Rendre ses contenus accessibles à tous (initiation RGAA côté contenu)” 33
Pôle 4 : Réseaux sociaux et image de marque 35
Formation “Organisation et bonnes pratiques : booster sa com' au quotidien” 35
Formation “Mieux rédiger pour le Web : captiver et convaincre vos clients (Copywriting)” 37
Formation “Exploiter l'IA générative pour booster sa communication au quotidien” 39
Tarif des formations **41**

Pôle 1 : Stratégie et vision globale de votre communication

Ce pôle s'adresse aux dirigeants et responsables souhaitant poser des bases solides, structurer leur démarche et piloter l'efficacité de leurs actions.

Intitulé de la formation	Durée	Financement OPCO / certification Qualiopi
Créer et suivre son plan d'actions de communication	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Analyser ses statistiques de communication pour prendre les bonnes décisions	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Stratégie d'influence : identifier et activer les bons partenariats	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale	12 heures / 2 jours	*certifiée Qualiopi et finançable via votre OPCO*

Pôle 2 : Réseaux sociaux et image de marque

Ce pôle accompagne la prise de parole sur les plateformes sociales pour développer la notoriété, créer de l'engagement et prospecter.

Intitulé de la formation	Durée	Financement OPCO / certification Qualiopi
Préparer et structurer son calendrier éditorial pour les réseaux sociaux	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
LinkedIn : les bonnes pratiques pour booster sa communication B2B	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Prise en main de Canva : créer des visuels professionnels en autonomie ou “Créer des visuels impactants pour votre communication avec Canva”	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30 6 heures / 1 jour	/ certifiée Qualiopi et finançable via votre OPCO
Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux	12 heures / 2 jours	certifiée Qualiopi et finançable via votre OPCO

Pôle 3 : Visibilité web, référencement et relation client

Ce pôle regroupe les leviers pour attirer du trafic qualifié, améliorer le référencement et fidéliser ses prospects ou clients.

Intitulé de la formation	Durée	Financement OPCO / certification Qualiopi
Optimiser sa visibilité locale et attirer des clients de proximité (Google)	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Les bons tuyaux pour améliorer son référencement naturel (SEO)	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Concevoir et réussir ses campagnes d'e-mailing & newsletters	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Communication inclusive et accessibilité web : Rendre ses contenus accessibles à tous (initiation RGAA côté contenu)	0,5 jour / 3h30	/

Pôle 4 : Efficacité, rédaction et outils du quotidien

Ce pôle vise l'autonomie, le gain de temps et l'amélioration de la qualité de la production éditoriale grâce à la méthodologie et aux nouvelles technologies.

Intitulé de la formation	Durée	Financement OPCO / certification Qualiopi
Organisation et bonnes pratiques : booster sa com' au quotidien	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Mieux rédiger pour le Web : captiver et convaincre vos clients (Copywriting)	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/
Exploiter l'IA générative pour booster sa communication au quotidien	Format court : 2h Format + approfondi : 3h30	/

Programme détaillé des formations

Pôle 1 : Stratégie et vision globale de votre communication

Formation “Créer et suivre son plan d'actions de communication”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vos actions de communication sont dispersées, sans vision stratégique globale ni indicateurs permettant de mesurer leur véritable retour sur investissement (ROI).	Je vous propose une **méthodologie** pour définir des objectifs SMART, choisir les **bons canaux** (web, réseaux sociaux, print, événementiel), **budgétiser** vos actions et piloter vos résultats grâce à un tableau de bord simple.	Une **stratégie cohérente** et alignée sur vos **objectifs business**, des investissements rentabilisés et une **vision claire** de vos priorités.

Pour suivre cette formation...

Sans plan d'actions clair, la communication risque d'être décousue et peu rentablement investie. Structurer sa démarche permet de donner une direction claire, d'aligner la communication avec les objectifs commerciaux et de piloter ses budgets sereinement.

Pré-requis :

- Connaître les objectifs commerciaux globaux de l'entreprise.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un format court (2h) ou un format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Concevoir une feuille de route de communication stratégique et mettre en place un tableau de suivi des actions.

Méthodologie de formation : Démarche guidée pas à pas, co-construction de la matrice du plan d'actions.

Mode d'évaluation : Questionnaire d'entrée en formation / questionnaire de sortie. Complétion du document "Plan d'actions de communication" formalisé et prêt à l'emploi.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Définition des cibles et objectifs SMART (30 min)**
    - Clarifier ses messages clés et ses cibles prioritaires.
2. **Sélection des canaux et répartition des actions (45 min)**
    - Choisir les leviers adaptés (Web, Réseaux, Print, Événements).
3. **Planification et budget (45 min)**
    - Construire l'échéancier et estimer les ressources nécessaires.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Diagnostic & Positionnement stratégique (45 min)**
    - Analyse du mix-communication actuel et clarification de la proposition de valeur.
2. **Construction de la matrice du plan d'actions (1h30)**
    - Atelier pratique : Définition des objectifs, cibles, messages et canaux.
    - Budgétisation et rétroplanning opérationnel sur l'année ou le semestre.
3. **Indicateurs de performance (KPIs) & Pilotage (45 min)**
    - Choisir les bons indicateurs de suivi pour mesurer le retour sur investissement.
    - Création du tableau de bord de pilotage.
4. **Validation du plan d'actions (30 min)**
    - Relecture critique et ajustement des priorités.

Formation “Analyser ses statistiques de communication pour prendre les bonnes décisions”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous publiez et communiquez régulièrement, mais vous avez du mal à savoir ce qui fonctionne réellement et où concentrer vos efforts.	Je vous propose de définir des **indicateurs clés** à suivre (sur vos réseaux sociaux, vos e-mailings et votre site internet), mise en place d'un **tableau de bord de suivi simple** et décryptage des chiffres pour ajuster vos actions.	La fin des actions à l'aveugle, une **meilleure rentabilité** de vos investissements de communication et des **décisions stratégiques** appuyées sur des données concrètes.

Pour suivre cette formation...

Communiquer sans analyser ses résultats conduit à répéter les mêmes erreurs. Savoir lire les données chiffrées permet d'identifier précisément ce qui fonctionne, d'abandonner les actions inutiles et d'optimiser ses ressources.

Pré-requis :

- Avoir accès aux statistiques de ses comptes sociaux et/ou de son site web (Google Analytics).
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un format court (2h) ou un format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Sélectionner les indicateurs clés (KPIs) pertinents et créer un tableau de bord simple pour piloter sa communication.

Méthodologie de formation : Analyse directe des comptes de l'entreprise et construction du fichier de suivi.

Mode d'évaluation : Questionnaire d'entrée en formation / questionnaire de sortie. Complétion du document "Tableau de bord d'analyse opérationnel" créé et renseigné avec les dernières données.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

Démystifier la donnée : Choisir ses indicateurs clés (KPIs) (45 min)

- Différencier métriques de vanité (ex : simples likes) et vrais indicateurs d'impact (conversion, clics, portée).

Où trouver les bonnes statistiques ? (30 min)

- Lecture des espaces statistiques intégrés (Meta Business Suite, LinkedIn, Mail).

Création d'un tableau de suivi simplifié (45 min)

- Prise en main d'un modèle d'analyse mensuel.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

Sélection sur mesure des indicateurs stratégiques (45 min)

- Alignement des KPIs sur les objectifs business de l'entreprise.

Atelier : Analyse en direct de vos performances passées (1h15)

- Décryptage des tops et flops des 6 derniers mois sur vos différents canaux.
- Comprendre pourquoi un contenu a fonctionné ou échoué.

Construction du tableau de bord d'entreprise (1h00)

- Configuration d'un outil de suivi personnalisé (Excel, Google Sheets ou Looker Studio).

Définition du plan d'ajustement (30 min)

- Formuler des recommandations stratégiques basées sur les chiffres analysés.

Formation “Stratégie d'influence : identifier et activer les bons partenariats”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous vous demandez si le marketing d'influence est pertinent pour votre entreprise et vous redoutez d'investir dans des partenariats inefficaces ou inadaptés à votre image.	Je vous propose d’**analyser les opportunités** de l'influence pour votre secteur, et une **méthodologie pour détecter** et contacter les micro/nano-influenceurs pertinents, et un cadre pour **négocier des partenariats** gagnant-gagnant.	Une **notoriété accrue** auprès d'audiences très ciblées, des **collaborations authentiques** et la **maîtrise de votre budget** partenariat.

Pour suivre cette formation...

Le marketing d'influence n'est pas réservé aux grandes marques. Pour une TPE/PME, collaborer avec des micro ou nano-influenceurs locaux ou spécialisés est un levier très puissant pour renforcer sa notoriété et sa crédibilité auprès d'une communauté ciblée.

Pré-requis :

- Avoir des comptes de réseaux sociaux professionnels actifs.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Savoir repérer, contacter et encadrer des collaborations pertinentes avec des créateurs de contenu.

Méthodologie de formation : Présentation de cas réels, méthodes de recherche en direct et modèles de prise de contact.

Mode d'évaluation : Questionnaire d'entrée en formation / questionnaire de sortie. Création du brief de partenariat et identification d'une première liste de profils cibles.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

Démêler le vrai du faux du marketing d'influence (30 min)

- Macro vs Micro/Nano-influenceurs : quel intérêt pour une PME ?

Identifier et analyser les bons profils (45 min)

- Critères de choix : taux d'engagement, authenticité de la communauté.

Prise de contact & Aspects relationnels (45 min)

- Comment aborder un profil et proposer un partenariat gagnant-gagnant.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

Définir sa stratégie d'influence (45 min)

- Objectifs (notoriété, image, ventes) et budget/dotations envisagés.

Atelier : Sourcing et détection de profils (1h00)

- Utilisation des outils de recherche de créateurs de contenu.
- Détection des faux abonnés et vérification de la ligne éditoriale.

Négociation, Contrat & Brief de campagne (1h00)

- Rédaction d'un brief clair.

- Cadre juridique basique et bonnes pratiques (transparence des partenariats).

Mesure du ROI & Suivi des résultats (45 min)

- Suivre les retombées (codes promos, liens tracés, statistiques de portée).

Formation “Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous communiquez au quotidien sur différents canaux, mais vous manquez de vision globale, de fil conducteur ou de temps pour mesurer le retour sur investissement de vos actions. Sans feuille de route claire, vos efforts s'éparpillent et votre visibilité stagne.	Une formation ultra-pratique pour **structurer pas à pas une stratégie digitale** cohérente et réaliste. Ensemble, nous définissons vos **objectifs stratégiques**, identifions vos **cibles prioritaires**, sélectionnons les bons canaux et posons un **calendrier d'actions fluide**, adapté à vos moyens et à vos ressources.	En structurant votre démarche, vous **gagnez un temps précieux** en priorisant vos actions pour ne plus vous disperser. Vous **gagnez en clarté** et en sérénité grâce à une feuille de route opérationnelle clé en main, tout en assurant un **impact mesurable** grâce à des messages ciblés et au suivi de vos résultats.

Pour suivre cette formation...

Le marketing d'influence n'est pas réservé aux grandes marques. Pour une TPE/PME, collaborer avec des micro ou nano-influenceurs locaux ou spécialisés est un levier très puissant pour renforcer sa notoriété et sa crédibilité auprès d'une communauté ciblée.

Pré-requis :

- Avoir des connaissances de base dans le domaine du digital.
- Avoir des comptes de réseaux sociaux professionnels actifs.

- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d'échanger en visio-conférence.

Durée :
Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Objectif :
Définir et mettre en place d'une stratégie digitale pour se lancer et développer son entreprise ou sa marque sur le web. Maîtrise des dernières tendances et innovations en matière de digital.

Méthodologie de formation : Présentation de cas réels, méthodes de recherche en direct et modèles de prise de contact.

Mode d'évaluation : Vous serez évalué sur la définition d'une stratégie digitale, la mise en place d'action ainsi que sur le contenu du programme de formation détaillé ci-dessous. Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

Programme détaillé de la formation

1. Votre stratégie de communication globale :

a. Diagnostic : analyse de votre activité et de votre environnement
b. Définition de vos cibles et de votre positionnement
c. Matrice SWOT : outil de pilotage et de stratégie de communication
d. Définition des objectifs
e. Définition de la stratégie de communication globale

2. Identifier les freins et leviers de la transformation digitale

a. Les freins principaux rencontrés
b. Les leviers pour réussir votre transformation digitale

3. Stratégies de contenus

a. Content Marketing
b. Brand Content
c. Storytelling

4. Articulation On-site / Off-site

a. Paid, Owned, Shared & Earned Media
b. Inbound et Outbound Marketing

5. Off-site

a. Outils d'acquisition et de fidélisation : SEA (display, search, vidéo, shopping), emailing, newsletter et réseaux sociaux.
b. Identifier les réseaux sociaux que l'on souhaite investir et la(les) ligne(s) éditoriale(s) à développer
c. Réseaux sociaux : publication organique et Community Management
d. Réseaux sociaux : gestion des commentaires
e. L'importance de la création d'infographies
f. Relations influenceurs et contenu d'experts

6. On-site

a. Landing page
b. Référencement / SEO,
c. Ergonomie et UX

7. Elaborer le plan d'actions

a. Bilan de l'analyse
b. Écrire un planning de publication et de diffusion global : hebdo, mensuelles et annuelles et les bilans et analyses. (Google Sheets)
c. Réseaux sociaux : animer et développer sa communauté : temporalité des posts et annonce, phase d'analyse des statistiques.
d. Définir des ressources associées
e. Business plan et ROI

8. Créer et paramétrer ses comptes réseaux sociaux

a. Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok : configuration, et création des gabarits : configuration et création de gabarits
b. Appliquer le planning de publication avec Meta business suite
c. Créer et utiliser les publications sponsorisées : Google Ads, Youtube Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads Manager
d. Mesurer l'impact de sa communication et l'engagement de ses followers
e. Conception des newsletters et plateformes de mailing : utilisation de MailJet
f. Vérifier les KPI, réaliser des bilans et analyse mensuels et annuels
g. Optimiser les éléments et les contenus, ajuster les dépenses, ajuster la stratégie

Pôle 2 : Réseaux sociaux et image de marque

Formation “Préparer et structurer son calendrier éditorial pour les réseaux sociaux”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous publiez au coup par coup, vous manquez régulièrement d'idées de contenu et la gestion de vos réseaux sociaux vous semble chronophage et stressante.	Je vous propose une **méthode** pas à pas pour cartographier vos **thématiques clés**, **structurer** votre planning de publication à l'avance et utiliser des **outils simples pour automatiser** et anticiper.	Un **gain de temps** considérable au quotidien, une **présence régulière et professionnelle** sur vos réseaux, et la fin du syndrome de la page blanche.

Pour suivre cette formation...

Sur les réseaux sociaux, la régularité et la pertinence sont les clés de l'engagement. Publier au jour le jour crée de la fatigue et du stress sans garantir de résultats. Ce module permet de reprendre le contrôle sur sa communication digitale en instaurant une méthodologie d'anticipation et de planification concrète.

Pré-requis :

- Posséder un compte ou une page professionnelle active sur au moins un réseau social (Facebook, Instagram, LinkedIn...).
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Être capable de concevoir, remplir et piloter un calendrier éditorial sur 1 à 3 mois adapté à ses objectifs d'entreprise.

Méthodologie de formation : 30 % d'apports théoriques et méthodologiques, 70 % d'ateliers pratiques guidés directement sur les outils de l'entreprise.

Mode d'évaluation : Mise en situation pratique (création en direct de la trame du calendrier éditorial du client) et auto-évaluation en fin de session.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Introduction & Piliers de contenu (30 min)**
    - Définir ses objectifs et ses lignes directrices de prise de parole.
    - Cartographier ses thématiques majeures (piliers éditoriaux).
2. **Construction de la matrice du calendrier éditorial (45 min)**
    - Présentation de trames simples (Excel, Notion, Trello).
    - Exercice pratique : Définition des formats et fréquence de publication.
3. **Planification & Automatisation de base (45 min)**
    - Programmer ses premiers contenus via les outils intégrés (Meta Business Suite, etc.).
    - Routine d'organisation pour garder le rythme.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Audit express & Piliers de contenu (45 min)**
    - Analyse des publications passées et identification des axes d'amélioration.
    - Structuration détaillée des 4 piliers de contenu.
2. **Atelier pratique : Création de la trame sur mesure (1h15)**
    - Prise en main et configuration de l'outil de planification choisi.
    - Conception d'un mois complet de sujets et d'accroches.
3. **Optimisation des flux de travail & Outils d'aide (1h00)**
    - Centraliser ses idées et ses ressources médias (banques d'images, notes).
    - Automatiser la programmation et optimiser le temps de modération.
4. **Bilan & Plan d'action individuel (30 min)**
    - Validation de la trame finale et ajustements individuels.

Formation “LinkedIn : les bonnes pratiques pour booster sa communication B2B”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous souhaitez développer votre réseau professionnel et prospecter de nouveaux clients professionnels, mais vous ne savez pas comment prendre la parole efficacement sur LinkedIn.	Je vous propose des conseils pour l’optimisation de votre profil personnel et de votre page entreprise, décryptage des algorithmes, techniques de rédaction impactantes et stratégies d'engagement avec vos cibles B2B.	Renforcement de votre **crédibilité** et de votre posture d'expert, **développement de votre réseau qualifié** et génération de prospects entrants.

Pour suivre cette formation…

LinkedIn est le réseau incontournable pour développer sa notoriété B2B, valoriser son expertise et générer des opportunités d'affaires. Une présence maîtrisée permet de transformer son profil en véritable page de vente et de capter des prospects qualifiés.

Pré-requis :

- Avoir un profil personnel créé sur LinkedIn.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Optimiser sa présence sur LinkedIn et maîtriser les codes de prise de parole pour développer son réseau professionnel.

Méthodologie de formation : Études de cas concrets, réécriture en direct des profils et ateliers de rédaction de posts.

Mode d'évaluation : Optimisation effective du profil LinkedIn pendant la formation et rédaction d'une première publication test.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

Transformer son profil LinkedIn en page d'atterrissage (45 min)

- Bannière, titre percutant, section Info/A propos, sélection.

Les clés de l'algorithme et la ligne éditoriale B2B (45 min)

- Quels formats privilégier ? Comment susciter l'engagement ?

Développer son réseau & Bonnes pratiques d'interaction (30 min)

- cibler et contacter ses prospects sans être intrusif.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

Atelier : Refonte complète du profil individuel (1h15)

- Optimisation pas à pas de chaque section en temps réel.
- Harmonisation avec l'image de l'entreprise.

Stratégie de contenu & Storytelling B2B (1h00)

- Trouver ses thématiques de prise de parole d'expert.
- Atelier d'écriture : Rédaction d'un post à fort impact.

Prospection douce & Engagement de réseau (45 min)

- Les techniques de *Social Selling*.
- Utiliser les commentaires et les messages privés avec pertinence.

Mesure des résultats & Routine LinkedIn (30 min)

- Analyser ses vues de profil et l'impact de ses publications.

Formation “Prise en main de Canva : créer des visuels professionnels en autonomie”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous souhaitez produire rapidement des supports visuels attractifs pour vos réseaux sociaux, vos présentations ou vos imprimés, mais vous ne maîtrisez pas les logiciels graphiques complexes.	Un atelier 100 % pratique pour appréhender les **fonctionnalités clés de Canva**, décliner votre charte graphique et **concevoir des modèles** personnalisés et prêts à l'emploi pour votre entreprise.	**Autonomie totale** dans la création de vos supports, **harmonie visuelle** garantie sur l'ensemble de votre communication et **gain de temps** précieux au quotidien.

Pour suivre cette formation...

La qualité visuelle des supports est déterminante pour l'image de marque. Canva permet aux non-graphistes de concevoir rapidement des visuels esthétiques et cohérents, tout en autonomisant les équipes sur leurs besoins quotidiens.

Pré-requis :

- Créer un compte utilisateur gratuit ou Pro sur Canva avant la session.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Trois formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).
Un troisième format est sur 1 jour complet / 6 heures pour aller encore plus loin dans

les fonctionnalités et la mise en pratique guidée. (Cette dernière est réalisée en partenariat avec une agence pour laquelle j'interviens en tant que consultante et peut être financée par vos fonds OPCO grâce à la certification Qualiopi)

Objectif :
Maîtriser l'outil Canva pour créer en toute autonomie des déclinaisons visuelles conformes à sa charte graphique.

Méthodologie de formation : Formation 100 % pratique en ligne/en salle, exercices de création en direct.

Mode d'évaluation : Réalisation autonome d'un kit de 3 visuels (ex : post réseaux sociaux, flyer, bannière) durant l'atelier.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

Prise en main de l'interface & Règles de composition (30 min)

- Ergonomie de Canva, gestion des espaces et typographies.

Intégration de sa charte graphique (30 min)

- Importer logos, couleurs et polices d'entreprise.

Création pratique de visuels réseaux sociaux (1h00)

- Manipuler les modèles, images, éléments graphiques et exporter au bon format.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

Prise en main avancée & Gestion de la charte (45 min)

- Configuration de la marque sur Canva (Brand Kit).
- Organisation des dossiers et du travail d'équipe.

Atelier Pratique 1 : Création de supports Digitaux (1h00)

- Conception de carrousels Instagram, bannières web ou visuels animés/vidéo.

Atelier Pratique 2 : Création de supports Print/Présentations (1h00)

- Mise en page de documents multipages (flyers, présentations commerciales).

- Préparation des fichiers pour l'impression (fonds perdus, traits de coupe).

Astuces de gain de temps & Astuces Pro (45 min)

- Redimensionnement magique, suppression d'arrière-plan, détourage.

Option 3 : Format jour complet (1 journée / 6 heures)

Introduction sur l'image numérique et la communication digitale - 1h

- Image vectorielle, bitmap
- Définition et résolution de l'image
- Colorimétrie et échantillonnage
- Formats de fichiers pour le web
- Introduction à la stratégie digitale

Présentation de l'interface et des outils - 1h

- Interface générale
- Outils
- Applications
- Les +

Types de documents et mise en pratique - 4h

- Fichiers print
- Edition de photos et visuels
- Publications web et stories
- Miniatures et teaser vidéo (bases de montage)
- Usage des applications : création en bloc
- Création d'infographie

Formation “Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Alors que plus d'un Français sur deux est actif sur les réseaux sociaux, il devient difficile de faire l'impasse sur ces canaux. Cependant, publier sans méthode ni connaissance des spécificités de chaque plateforme fait perdre du temps et ne génère pas de résultats probants.	Une **méthode complète** pour comprendre les codes de chaque réseau, **bâtir une ligne éditoriale** claire, **créer du contenu engageant** et mesurer l'impact de ses actions.	Une **visibilité accrue** auprès de vos cibles, une **communauté engagée**, un **gain de temps** dans votre gestion quotidienne et la maîtrise de votre image de marque.

Pour suivre cette formation...

Aujourd'hui, communiquer de façon efficace sur les réseaux sociaux offre de véritables opportunités pour interagir avec votre audience. Visibilité, ciblage précis et création d'interactions : les réseaux sociaux sont devenus un outil d'information et d'engagement incontournable. Mais pour en tirer le meilleur parti, il est nécessaire de connaître les caractéristiques de chaque réseau et d'intégrer le community management dans une stratégie de communication globale et structurée.

Pré-requis :

- Créer un compte utilisateur gratuit ou Pro sur Canva avant la session.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Format court (1 jour / 6h) ou Format approfondi (2 jours / 12h).

Objectif :
Définir et mettre en place une stratégie digitale pour développer son entreprise sur les réseaux sociaux, créer des contenus de qualité et animer sa communauté.

Méthodologie de formation : Apports théoriques accompagnés d'exercices concrets basés sur des études de cas réels et le cas pratique du client.

Mode d'évaluation : Évaluation continue sur la base d'exercices pratiques tout au long de la formation.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (6h00)

Les fondamentaux & Choix des plateformes (1h30)

- Panorama des réseaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.), leurs spécificités et leurs publics.
- Définir ses objectifs (notoriété, engagement, conversion) et cibler son audience.

Stratégie de contenu & Planification (1h30)

- Les différents types de contenus (textes, visuels, vidéos, stories).
- Création et prise en main d'un calendrier éditorial.

Création de contenus & Animation (1h30)

- Techniques pour rédiger des posts percutants, choix des visuels et hashtags.
- Les bases du community management : interagir avec sa communauté.

Outils & Mesure des résultats (1h30)

- Découverte des outils de programmation et de gestion.
- Les indicateurs clés (KPI) à suivre pour analyser et ajuster ses actions.

Option 2 : Format approfondi (2 jours / 12 heures)

Jour 1 : Socle et Stratégie Éditoriale (6h00)

1. **Les fondamentaux des réseaux sociaux (3h00)**
    - Introduction aux réseaux sociaux : Définitions, histoire, principaux réseaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, etc.), leurs spécificités et publics.
    - Les enjeux de la communication : Objectifs (notoriété, engagement, conversion), avantages, limites et bonnes pratiques.
    - Panorama des formats de contenu : Textes, images, vidéos, infographies, stories, carrousels, lives.

2. **Élaboration d'une stratégie de communication (3h00)**
    - Analyse détaillée de la cible : Identifier son audience, ses centres d'intérêt et ses comportements.
    - Définition des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels).
    - Sélections des plateformes prioritaires en fonction de la cible.
    - Méthodologie et création du calendrier éditorial.

Jour 2 : Pratique, Animation & Performance (6h00)

3. **Mise en pratique & Métier de Community Manager (3h00)**
    - Atelier d'écriture et création : Rédiger des posts percutants, choisir les visuels adéquats et exploiter les hashtags.
    - Animer au quotidien : Répondre aux commentaires, modération, gestion des situations délicates et animation de communauté.
    - Tour d'horizon des outils de gestion et de programmation (Meta Business Suite, Hootsuite, Buffer, etc.).
4. **Mesure des performances, Publicité & Optimisation (3h00)**
    - Identifier et suivre ses indicateurs clés de performance (KPI).
    - Analyse des résultats : Interpréter les données chiffrées et ajuster sa stratégie.
    - Introduction à la publicité sur les réseaux sociaux : Principes de base, formats et création d'une première campagne simple.

Pôle 3 : Visibilité web, référencement et relation client

Formation “Optimiser sa visibilité locale et attirer des clients de proximité (Google)”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Votre établissement ou entreprise manque de visibilité auprès de la clientèle locale, et votre fiche Google (Google Business Profile) est incomplète ou sous-exploitée.	Un atelier pratique pour **optimiser** chaque section de votre fiche Google, collecter et **gérer efficacement vos avis** clients, et **activer les leviers clés** du référencement local.	Une **augmentation immédiate** de vos appels, de vos visites en établissement et de vos **demandes de devis** d'acteurs de votre zone géographique.

Pour suivre cette formation...

Pré-requis :

- Avoir accès aux identifiants d'administration de la fiche Google Business Profile (ou possibilité de la créer pendant la session).
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Optimiser l'ensemble des paramètres d'une fiche Google Business Profile pour remonter dans le "Pack Local" de Google et générer des contacts qualifiés.

Méthodologie de formation : Audit en direct de la fiche du participant, optimisations appliquées en temps réel durant la session.

Mode d'évaluation : Grille d'évaluation de la fiche Google complétée à 100 % à l'issue de la formation.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Comprendre le SEO local et les critères de classement (30 min)**
    - Comment fonctionne le pack local Google ?
    - Les éléments déterminants pour passer devant ses concurrents.
2. **Optimisation pas à pas de la fiche Google (1h00)**
    - Choix des catégories stratégiques, rédaction de la description optimisée.
    - Ajout des services, produits, visuels et horaires.
3. **Gestion des avis clients & Interactions (30 min)**
    - Stratégie pour collecter des avis positifs régulièrement.
    - Traiter et répondre aux avis (positifs et négatifs).

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Comprendre le SEO local et Audit de l'existant (45 min)**
    - Analyse de la position actuelle et benchmark de la concurrence locale.
2. **Atelier d'optimisation complète de la fiche (1h30)**
    - Paramétrage complet (champs avancés, attributs, photos/vidéos).
    - Publication d'un premier "Google Post" ou offre spéciale.
3. **Stratégie d'Avis & Référencement local complémentaire (45 min)**
    - Mise en place de supports physiques ou digitaux pour solliciter des avis (QR Code).
    - Cohérence des informations (NAP) sur les annuaires locaux.
4. **Conclusion & Tableau de bord de suivi (30 min)**
    - Comprendre les statistiques de sa fiche (appels, itinéraires, clics).

Formation “Les bons tuyaux pour améliorer son référencement naturel (SEO)”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Votre site internet manque de trafic qualifié et vos pages peinent à remonter dans les premiers résultats de recherche Google.	Découverte des piliers du SEO (choix des **mots-clés, rédaction web optimisée**, structure technique de base) et identification des **actions prioritaires à fort impact** pour votre site.	Attirer un **trafic qualifié** et régulier sur votre site web sans dépendre uniquement de la publicité payante.

Pour suivre cette formation...

Le référencement naturel (SEO) est un investissement durable pour capter un trafic qualifié sur son site internet. Comprendre ses mécanismes fondamentaux permet d'appliquer immédiatement des corrections simples et efficaces sans dépendre entièrement d'une agence technique.

Pré-requis :

- Posséder un site internet en ligne et avoir un accès d'administration ou d'édition de contenu.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Acquérir la méthodologie de base du SEO pour optimiser les contenus et les pages clés de son site web.

Méthodologie de formation : Analyse technique et éditoriale en direct du site du participant, démonstration d'outils gratuits de recherche de mots-clés.

Mode d'évaluation : Liste de contrôle (checklist SEO) appliquée sur une page clé du site du client.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

4. **Les 3 piliers du SEO expliqués simplement (30 min)**
    - Technique, Contenu, Popularité : comment Google classe les sites.
5. **Trouver les bons mots-clés pour son activité (45 min)**
    - Outils gratuits d'aide à la recherche d'intentions de recherche.
6. **Optimiser une page web pas à pas (45 min)**
    - Balises Titre, Hn, méta-description, images et maillage.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

5. **Démystifier le SEO & Audit rapide du site (45 min)**
    - Analyse de l'état de santé basique du site web de l'entreprise.
6. **Recherche stratégique de mots-clés & Arborescence (1h00)**
    - Définition des expressions prioritaires de l'entreprise.
    - Organisation des pages pour répondre aux requêtes des prospects.
7. **Atelier pratique : Rédaction & Optimisation On-Page (1h00)**
    - Optimisation en direct d'une page stratégique ou d'un article de blog.
    - Bonnes pratiques de rédaction pour plaire à la fois à Google et à l'internaute.
8. **Stratégie de liens (Netlinking) & Outils de suivi (45 min)**
    - Développer sa notoriété web.
    - Suivre ses positions gratuitement avec Google Search Console.

Formation “Concevoir et réussir ses campagnes d'e-mailing & newsletters”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous disposez d'un fichier contacts ou clients sous-exploité et vous cherchez un moyen direct et économique de garder le contact, fidéliser ou relancer vos prospects.	Je vous propose de vous aider à **structurer vos messages** (titres accrocheurs, visuels, appels à l'action), d’apprendre à prendre en main un **outil d'envoi** dédié (ex. Brevo, Mailchimp), à **gérer des bases de contacts** et maîtriser les bonnes pratiques de conformité (RGPD).	Vous bénéficiez d’un **canal de vente direct réactivé**, une **relation client renforcée** et des campagnes facilement mesurables (taux d'ouverture, de clic et de conversion).

Pour suivre cette formation...

L'e-mailing reste le canal de communication le plus performant pour convertir et fidéliser. Bien structuré et respectueux de la réglementation, il permet d'entretenir un lien direct et privilégié avec ses clients et prospects.

Pré-requis :

- Avoir accès à une base de données de contacts (ex : fichier Excel/CSV de clients) et à un outil d'e-mailing (Brevo, Mailchimp ou autre) si existant.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Être capable d'éditer, d'envoyer et d'analyser une campagne d'e-mailing impactante et conforme au RGPD.

Méthodologie de formation : Ateliers d'écriture et de mise en page directe sur l'outil de routage.

Mode d'évaluation : Conception d'une campagne prêt-à-l'envoi (gabarit + contenu rédigé).

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Anatomie d'un e-mail qui convertit (45 min)**
    - Rédiger un objet captivant, structurer le corps de message, insérer un bouton d'action (CTA) clair.
2. **Gestion de base de données & RGPD (30 min)**
    - Les règles de collecte et de désinscription.
3. **Prise en main de l'éditeur de modèle (45 min)**
    - Créer un gabarit simple et responsive.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Délivrabilité & Gestion des listes de contacts (45 min)**
    - Nettoyer ses bases, segmenter ses contacts selon leur profil.
    - Les obligations légales RGPD et bonnes pratiques anti-spam.
2. **Atelier Copywriting & Conception visuelle (1h30)**
    - Rédaction persuasive des textes de la newsletter.
    - Montage du gabarit e-mail sur l'outil du client (Brevo, Mailchimp...).
3. **Tests, Programmation & Analyse des retours (45 min)**
    - Réaliser un envoi de test et optimiser l'affichage mobile.
    - Analyser les statistiques (taux d'ouverture, de clic, désabonnements).
4. **Bilan & Planification des envois (30 min)**
    - Définir son rythme d'envoi et ses sujets futurs.

Formation “Communication inclusive et accessibilité web : Rendre ses contenus accessibles à tous (initiation RGAA côté contenu)”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Plus de 12 millions de Français vivent avec un handicap (visuel, auditif, moteur ou cognitif), et une grande partie de vos clients potentiels rencontre des difficultés pour lire ou naviguer sur vos supports digitaux. Sans vous en rendre compte, des contrastes faibles, des images non décrites ou des vidéos sans sous-titres excluent une partie de votre audience et dégradent l'expérience utilisateur globale.	Je vous propose une **initiation très pratique** aux principes fondamentaux du RGAA appliqués au contenu : **apprendre à structurer** ses écrits, **appliquer les bonnes règles** visuelles (contrastes, typographies), sous-titrer ses médias et rédiger des textes alternatifs sans toucher à une seule ligne de code.	**Élargissez votre portée** en rendant vos messages lisibles par 100 % de votre cible, **renforcez votre démarche RSE** et votre image de marque éco-responsable, tout en améliorant votre référencement naturel (SEO) et le **confort de lecture** de l'ensemble de vos utilisateurs.

Pour suivre cette formation...

En France, plus de 12 millions de personnes vivent avec un handicap (visuel, auditif, moteur, cognitif). Au-delà de l'obligation légale ou du cadre RGAA, rendre sa communication accessible améliore le confort de lecture de l'ensemble de vos clients, renforce votre image de marque écoresponsable/RSE et optimise même votre référencement naturel (SEO).

Pré-requis :

- Avoir accès au back-office de votre site web et son contenu.

- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d'échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Appliquer les bonnes pratiques d'accessibilité numérique sur ses visuels, ses textes, son site web et ses réseaux sociaux sans compétences techniques avancées.

Méthodologie de formation : Démonstrations d'outils de test d'accessibilité (lecteurs d'écran, vérificateurs de contraste), audits express des supports des participants et exercices de mise en conformité.

Mode d'évaluation : Réécriture et réagencement accessible d'un support de communication (post, article web ou visuel) durant la session.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Comprendre l'accessibilité numérique & Les enjeux (30 min)**
   - Pourquoi l'accessibilité concerne tout le monde (handicaps permanents, temporaires ou situationnels).
   - Les principes de base du RGAA appliqués au contenu.
2. **Les 5 réflexes pour des visuels et documents accessibles (45 min)**
   - Vérifier les contrastes de couleurs (outils simples).
   - Rédiger des textes alternatifs (balises alt) pour les images sur le Web et les réseaux sociaux.
   - Structurer ses documents (hiérarchie des titres, polices lisibles).
3. **Rédaction claire et sous-titrage vidéo (45 min)**
   - Le sous-titrage systématique des vidéos.
   - L'écriture accessible et la lisibilité des liens.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Sensibilisation & Cadre légal / RSE (45 min)**
   - Découverte de l'expérience utilisateur handicapée (simulation de lecture d'écran).
   - Les bénéfices croisés : Accessibilité, Ergonomie (UX) et SEO.

2. **Atelier 1 : Textes & Rédaction inclusive/accessible (1h00)**
    - Rédiger en FALC (Facile À Lire et à Comprendre) ou en langage clair.
    - Utilisation pertinente des emojis, hashtags (#CamelCase) et liens hypertexte.
    - La gestion des balises alternatives d'images sur site web, LinkedIn, Instagram.
3. **Atelier 2 : Visuels, Vidéos & Outils de test (1h00)**
    - Tester et corriger les contrastes de couleurs de sa charte graphique (logiciels gratuits).
    - Intégrer des sous-titres et transcriptions sur ses vidéos simples.
    - Présentation d'outils de vérification automatique simples.
4. **Bilan & Checklist "Communication Accessible" (30 min)**
    - Remise d'un mémo récapitulatif des bonnes pratiques à garder sur son bureau.

Pôle 4 : Efficacité, rédaction et outils du quotidien

Formation “Organisation et bonnes pratiques : booster sa com' au quotidien”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
La communication est souvent reléguée au second plan faute de temps, de méthode ou d'outils adaptés dans votre TPE/PME.	Je vous propose de vous aider à mettre en place des **routines simples**, le choix d'outils d'organisation performants (gestion de tâches, banques d'images, création visuelle) et une **méthodologie** pour intégrer la communication dans votre quotidien sans vous laisser déborder.	Une **communication régulière et fluide**, une **charge mentale réduite** pour le dirigeant ou le responsable communication, et des **processus clairs**.

Pour suivre cette formation...

Par manque de temps et d'organisation, la communication des TPE/PME devient souvent décousue. En structurant des méthodes de travail simples et en adoptant les bons outils, il est possible de réduire considérablement la charge mentale tout en gagnant en efficacité.

Pré-requis :

- Aucun pré-requis technique.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Mettre en place un système d'organisation et une routine de communication fluide pour produire plus rapidement et sans stress.

Méthodologie de formation : Apports théoriques sur la gestion du temps appliqués à la communication, création d'une boîte à outils personnalisée.

Mode d'évaluation : Établissement d'un planning de routine hebdomadaire/mensuel validé par le formateur.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Diagnostiquer ses freins et organiser son temps (45 min)**
    - Identifier les "chronophages" de sa communication.
    - Mettre en place des plages de travail dédiées (méthode du *batching*).
2. **Sélection et prise en main de la boîte à outils essentielle (45 min)**
    - Découverte d'outils simples pour créer, stocker et planifier.
3. **Créer sa routine de communication efficace (30 min)**
    - Établir sa check-list hebdomadaire.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Diagnostic organisationnel & Gestion du temps (1h00)**
    - Analyse de l'organisation actuelle du participant/de l'équipe.
    - La technique de production par lots (*batching*) appliquée au contenu.
2. **Atelier de configuration des outils de travail (1h15)**
    - Structuration de la médiathèque d'entreprise (stockage visuels/textes).
    - Configuration d'un outil de suivi de tâches (Trello, Notion ou équivalent).
3. **Élaboration du calendrier de routines & Process (45 min)**
    - Qui fait quoi ? Répartition des rôles et étapes de validation.
    - Modèles de documents et réutilisabilité des contenus.
4. **Restitution & Bilan (30 min)**
    - Validation des tableaux de suivi et du guide des bonnes pratiques.

Formation “Mieux rédiger pour le Web : captiver et convaincre vos clients (Copywriting)”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Les textes de votre site internet ou de vos publications manquent d'impact et peinent à retenir l'attention de vos visiteurs ou à les inciter à passer à l'action.	Je vous propose d'**apprendre des méthodes de copywriting** (rédaction persuasive) : **structurer** un message percutant, **adapter son ton** à sa cible, **rédiger des accroches captivantes** et intégrer des appels à l'action efficaces.	Des **messages plus clairs et engageants**, une meilleure transformation de vos visiteurs en prospects ou clients, et une **image de marque renforcée.**

Pour suivre cette formation...

Sur le web, l'attention des lecteurs est très limitée. Apprendre les règles de la rédaction web et du copywriting permet d'écrire des messages percutants qui retiennent l'attention et incitent naturellement le prospect à passer à l'action.

Pré-requis :

- Aucun pré-requis technique.
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Appliquer les structures de rédaction persuasive pour rédiger des contenus web clairs, engageants et orientés conversion.

Méthodologie de formation : Exercices d'écriture appliqués directement aux contenus réels de l'entreprise (pages web, posts, e-mails).

Mode d'évaluation : Réécriture comparative "Avant / Après" d'un texte d'entreprise.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Les principes fondamentaux de la lecture sur écran (30 min)**
    - Comment lit un internaute ? Scannabilité et clarté.
2. **Les formules de Copywriting incontournables (AIDA, PAS...) (45 min)**
    - Captiver par une accroche, susciter l'intérêt, susciter le désir, inciter à l'action.
3. **Exercice pratique de réécriture (45 min)**
    - Optimiser un texte existant de l'entreprise.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Comprendre sa cible et formaliser sa voix de marque (45 min)**
    - Définir le ton de voix (*Tone of Voice*) et traiter les objections client par le texte.
2. **Atelier d'écriture : Méthodologies de Copywriting (1h15)**
    - Travail sur les accroches (Headlines), la valeur perçue et les Call To Action (CTA).
    - Mettre de l'émotion et de la clarté dans ses argumentaires commerciaux.
3. **Atelier d'application multi-canaux (1h00)**
    - Rédaction/optimisation d'une page de vente de site web ou d'une publication stratégique.
4. **Débriefing et grille de relecture en autonomie (30 min)**
    - Création d'une grille d'auto-correction pour les futures rédactions.

Formation “Exploiter l'IA générative pour booster sa communication au quotidien”

Votre besoin	La solution	Les bénéfices
Vous entendez parler des outils d'Intelligence Artificielle (ChatGPT, etc.) mais vous ne savez pas comment les intégrer concrètement et efficacement dans vos tâches de communication.	Je vous invite à **découvrir des cas d'usage** pratiques pour la communication d'entreprise (brainstorming d'idées, rédaction de brouillons, structuration de plans, correction), **initiation au perfectionnement des requêtes (prompts)** et **sensibilisation aux bonnes pratiques d'utilisation**.	Une **accélération majeure** dans votre production de contenu, un pôle d'idées inépuisable pour vos campagnes et un **gain de productivité** significatif.

Pour suivre cette formation...

L'intelligence artificielle générative (ChatGPT, etc.) offre des opportunités formidables pour accélérer la création de contenus. Apprendre à la piloter correctement permet de démultiplier sa productivité tout en conservant une touche humaine et authentique.

Pré-requis :

- Avoir créé un compte (gratuit ou payant) sur un outil d'IA générative (ex : ChatGPT, Claude, etc.).
- Disposer du matériel suivant : ordinateur connecté à internet avec la possibilité de suivre et d’échanger en visio-conférence.

Durée :
Deux formats sont possibles, un Format court (2h) ou un Format approfondi (0,5 journée / 3h30).

Objectif :
Savoir formuler des requêtes efficaces (prompts) pour utiliser l'IA comme assistant de création de contenus de communication.

Méthodologie de formation : Démonstrations en direct et ateliers de test intensifs de requêtes.

Mode d'évaluation : Réalisation d'une bibliothèque de prompts sur-mesure prêts à être réutilisés par l'entreprise.

Programme détaillé de la formation

Option 1 : Format court (2h00)

1. **Comprendre les opportunités et limites de l'IA (30 min)**
    - Ce que l'IA sait faire (et ce qu'elle ne doit pas faire).
2. **L'art du Prompting : Rédiger des consignes efficaces (45 min)**
    - La structure d'un prompt parfait (Rôle, Contexte, Tâche, Format, Contraintes).
3. **Cas d'usage concrets en communication (45 min)**
    - Brainstorming d'idées, rédaction de brouillons de posts ou relecture.

Option 2 : Format approfondi (3h30 - Demi-journée)

1. **Les fondamentaux de l'IA appliquée à la communication (45 min)**
    - Panorama des outils et cas d'usages en entreprise.
    - Les règles de confidentialité et de vérification des données.
2. **Atelier pratique de Prompting Avancé (1h15)**
    - Entraîner l'IA sur son ton de voix et sa charte éditoriale.
    - Génération de plans de contenus, d'articles de blog, de structures d'e-mails.
3. **Création de la bibliothèque de prompts d'entreprise (1h00)**
    - Co-construction des consignes types adaptées aux tâches récurrentes du client.
4. **Conclusion & Ingestion dans la routine quotidienne (30 min)**
    - Automatiser les tâches répétitives sans perdre son authenticité.

Tarif des formations

Format de formation	Durée	Mode d'intervention	Montant de la formation	Tarification et TVA
Format court	2h	Direct (*Sophie le mouton à 5 pattes*)	300€	**Tarif net** *(TVA non applicable, art. 293 B du CGI)*
Format approfondi	3h30	Direct (*Sophie le mouton à 5 pattes*)	400€	**Tarif net** *(TVA non applicable, art. 293 B du CGI)*
Format long	1 jour	Direct (*Sophie le mouton à 5 pattes*)	700€	**Tarif net** *(TVA non applicable, art. 293 B du CGI)*
Format long	2 jours	Direct (*Sophie le mouton à 5 pattes*)	1 400€	**Tarif net** *(TVA non applicable, art. 293 B du CGI)*
Format long OPCO	1 jour	Via agence partenaire certifiée Qualiopi	Avec financement OPCO*	**Sur devis** *(Convention établie par l'organisme partenaire)*
Format long OPCO	2 jours	Via agence partenaire certifiée Qualiopi	Avec financement OPCO*	**Sur devis** *(Convention établie par l'organisme partenaire)*

* Le tarif inclut les frais de gestion administrative, la conformité aux exigences Qualiopi, l'ingénierie pédagogique sur mesure et l'accompagnement au montage du dossier de financement auprès de votre OPCO.

Pour une booooonne communication

Sophie le mouton à 5pattes

Parlons de votre montée en compétences



Sophie Ensminger
Consultante / formatrice

Tél : 06 30 54 59 99

sophielemoutona5pattes.fr