



EXPRIMER
Conseil & Création

FORMATIONS **CATALOGUE** 2022

Sommaire

EXPRIMER Formation - Qui sommes-nous ?	3
Notre objectif	4
Les plus de nos formations	5
Nos formations	6
Stratégie de communication	7
Le métier de chargé.e de communication	10
Le digital	12
Réseaux sociaux	15
Communication responsable	20
Coaching de dirigeant.e sur mesure	21
Nos incroyables intervenants	22
Notes	24



Qui sommes-nous ?

100%
de nos
formations
disponibles
à distance

EXPRIMER Formation est un organisme de formation qui a pour but d'accompagner les professionnels de la communication dans l'apprentissage ou le perfectionnement de leur savoir-faire.

Créée il y a 35 ans comme agence de communication, EXPRIMER Formation a vu le jour pour former les personnes souhaitant monter en compétences dans divers domaines : la stratégie de communication, le digital, les réseaux sociaux et bien plus encore. EXPRIMER Formation propose des formations en présentiel ou en distanciel. Celles-ci sont dispensées par des professionnels ayant chacun plus de 10 ans d'expérience en agence de communication.

+ 15
formations
disponibles

6
formateurs
experts

35 ans
d'expertise
métier

Pour ses formations, l'agence et ses équipes conçoivent pour vous des dispositifs de travail adaptés et originaux. Quelles que soient les modalités de leurs usages, en inter ou intra-entreprise, dans le domaine de la communication, nos experts sont mobilisés pour dispenser les meilleures formations.

A disposition de nos stagiaires :

- Une belle salle de réunion de 25m² pouvant accueillir 8 personnes
- Un accès wifi illimité
- Une salle détente, avec accès café et thé
- Une terrasse en extérieur

EXPRIMER Formation est ouvert de 09h00 à 13h00 et de 14h00 à 18h00

Notre objectif

VOUS DONNER ACCÈS À DES OUTILS ADAPTÉS POUR VOUS FORMER CHAQUE JOUR DANS L'OPERATIONNEL

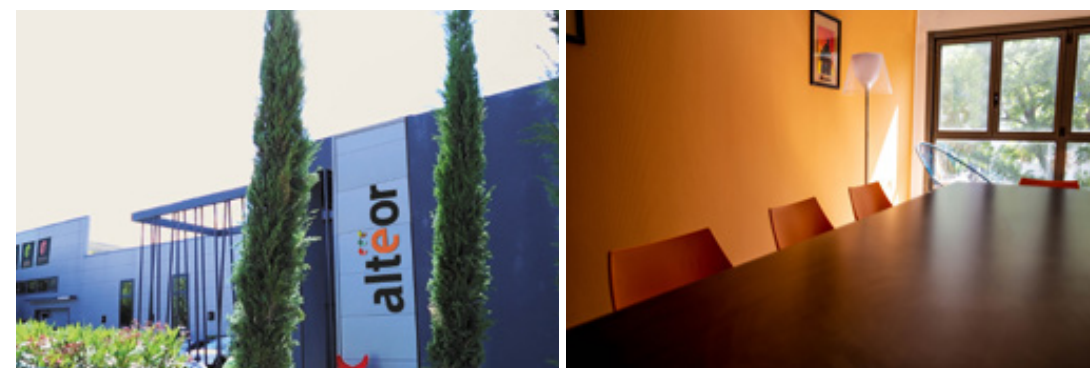
Ces dernières années, il a été nécessaire de se former dans de multiples domaines pour réussir à communiquer sur tous les nouveaux médias émergents que nous apprenions en même temps qu'ils se développaient. Réseaux sociaux, TikTok, Facebook, Instagram, CRM, les outils pour newsletters, le web, le SEO, le SEA, le Brand Content, l'Inbound Marketing... Aujourd'hui, nous avons toutes les cartes en main pour construire des campagnes de communication percutantes, cohérentes et durables.

Vous ne pouvez pas investir plusieurs milliers d'euros dans votre communication sans être assuré de savoir ce que vous faites !

Alors, EXPRIMER Formation est l'organisme qu'il vous faut ! Il est grand temps de vous former à la communication et à ses canaux. Nous avons par exemple condensé dans notre programme DEVENIR CHARGE.E DE COMMUNICATION nos meilleurs conseils et nos outils professionnels pour mener à bien vos missions.



*Comment être mieux
formé en communication,
qu'avec son agence
de communication ?*



Les plus de nos formations !



Un suivi de plusieurs mois selon vos besoins. Parfois une formation ne suffit pas, il faut aller plus loin et accompagner le changement dans la durée.



Si la formation se passe chez nous, vous bénéficierez de petites attentions : croissants, cafés, pains aux chocolats... ou chocolatinas... c'est comme vous voulez !



Si vous avez des questions ou des sujets délicats, vous pouvez compter sur nous. Vous aurez un accès à nos experts plusieurs mois après la formation.

Et en bonus !



CONCEVOIR ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert,
Jean-Mathieu Pagnerre

7

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Concevoir et déployer le plan de communication - 1 jour 7

La communication en 2022,
de nouveaux fondamentaux - 1 jour 8

Stratégie de com' et identité de marque - 2 jours 9

LE MÉTIER DE CHARGÉ.E DE COMMUNICATION

Découvrir la chaîne graphique - 1 jour 10

Le quotidien d'un.e chargé.e de communication - 1 jour 11

LE DIGITAL

Les fondamentaux du digital
pour les non-spécialistes - 2 jours 12

Renforcer votre stratégie pour gagner en visibilité - 1 jour 13

Les leviers d'actions au service
d'un com' digitale performante - 2 jours 14

RÉSEAUX SOCIAUX

Créer et animer une communauté
sur les réseaux sociaux - 1 jour 15

Gérer des comptes de réseaux sociaux - 1 jour 16

Boost et achat media sur les réseaux sociaux - 1 jour 17

LinkedIn pour le commerce - 1 jour 18

LinkedIn pour le/la dirigeant.e - 1 jour 19

COMMUNICATION RESPONSABLE

La communication responsable et la RSO - 1 jour 20

COACHING DE DIRIGEANT.E SUR MESURE - 1 jour 21

OBJECTIFS

- Bâtir une stratégie et un plan d'action de communication efficace
- Arbitrer plus sûrement les investissements entre les leviers de communication nécessaires
- Comprendre le pilotage d'une campagne de communication

- Évaluer ses besoins de communication : notoriété, image de marque, business
- Faire un diagnostic : forces et faiblesses de l'entreprise, analyse de la concurrence et du contexte

Exercice : Construction d'une analyse SWOT

- Définir ses cibles : cœur de cible, secondaire, influenceurs
- Les méthodes de recueil d'informations (enquêtes qualitatives, questionnaires, méthodes projectives, e-réputation...)
- Choisir des objectifs mesurables

Exercice : Les étapes et les questions clés pour bâtir une stratégie et un plan de communication

- Monter son plan d'actions : communication média et hors media

- Définir le calendrier en fonction des priorités
- Pourquoi un plan média 360°... ?
- Élaborer le budget prévisionnel et suivre le budget : tableau de bord

Exercice : faire un plan de communication

FOCUS JURIDIQUE

- Droit de propriété intellectuelle et droit à l'image en 2022
- Vie privée et droit à l'oubli
- Bilan post-RGPD
- Les lanceurs d'alerte

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER

Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Aucun

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable marketing et communication
Chargé de communication, Community manager, Chef de projet. Toutes personnes en charge des comptes réseaux sociaux de leur entreprise.

Moyens pédagogiques

- Exercices, étude de cas, cas pratiques, échantillons

LA COMMUNICATION EN 2022, DE NOUVEAUX FONDAMENTAUX

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert,
Jean-Mathieu Pagnerre

OBJECTIFS

- Intégrer les nouveaux enjeux de communication
- Comprendre les dernières tendances, pour mieux travailler sa communication
- Elaborer une stratégie de communication sociale adaptée au nouveaux besoins et aux nouvelles attentes
- Améliorer ses actions de communication

- Les fondamentaux du Brand content : Storytelling, vidéo, Story...
- Découvrir la plateforme de marque
- Travailler son image de marque
- La marque employeur au service du recrutement
- L'éthique, la responsabilité, les nouveaux enjeux des entreprises
- L'Inbound Marketing, ça sert à quoi ?

FOCUS VIDÉO :

LES NOUVEAUX FORMATS INNOVANTS

- Comment utiliser la Vidéo au sein de votre stratégie de communication

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation.

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Aucun

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à
partir de 900 € HT (hors frais
et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable
marketing et communication
Chargé de communication,
Community manager, Chef
de projet. Toutes personnes
en charge des comptes
réseaux sociaux de leur
entreprise.

Moyens pédagogiques

- Exercices, étude de cas,
cas pratiques, échantillons

STRATÉGIE DE COM' ET IDENTITÉ DE MARQUE

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert,
Jean-Mathieu Pagnerre

OBJECTIFS

- Bâtir une stratégie et un plan d'action de communication efficaces
- Arbitrer efficacement les investissements entre les leviers de communication nécessaires
- Comprendre le pilotage d'une campagne de communication

- Connaître l'environnement d'une identité de marque
- Univers symbolique, typo, tendances des participants, à l'aide d'outils utilisés et graphiques photos, post-it etc.
- Le prisme d'identité de marque
- La puissance de l'alignement Why, What, How

Exercice : Construction d'une plateforme stratégique de marque

- Le logo, attribut de l'identité visuelle
- La Charte Graphique & digitale : définition et personnalité...
- Univers visuel, illustrations, typographie...
- Traduire l'essence de votre marque en identité
- Recherche et création de nom : les participants mettent en

pratique la méthode de création d'une identité visuelle

- Approches sémiologique & neuro-marketing
- Cadre juridique et propriété intellectuelle

Exercice : Analyse de chartes graphiques

Atelier : avec l'aide de l'expert travail sur un mood board pour la marque

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

2 jours

Possibilité en 4 demi-journées

Pré requis

Aucun

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à
partir de 900 € HT (hors frais
et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable
marketing et communication
Chargé de communication,
Community manager, Chef
de projet. Toutes personnes
en charge des comptes
réseaux sociaux de leur
entreprise.

Moyens pédagogiques

- Exercices, étude de cas,
cas pratiques, échantillons

DÉCOUVRIR LA CHAÎNE GRAPHIQUE

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert, Julianne Couly, Jean-Mathieu Pagnerre

OBJECTIFS

- Bâtir une stratégie et un plan d'action de communication efficace
- Arbitrer efficacement les investissements entre les leviers de communication nécessaires
- Comprendre le pilotage d'une campagne de communication

- Le processus créatif : du chemin de fer à la livraison
- Connaître les différents types d'impressions : offset, numérique, sublimation, flexographie, sérigraphie
- Les logiciels d'infographie : qui sont-ils à quoi servent-ils ?
- Les différents formats et les différents plis
- Les fichiers images : vectoriel, image...
- Les couleurs écran et imprimées : quelles différences
- Les typographies : explication et contraintes
- Les papiers (offset, couché...), choisir son papier en fonction de son besoin
- Le droit à l'image
- Lexique de l'impression : fond perdu, cromalin, BaT, BaT Machine...
- Poste de finition : vernis sélectif, 3D, pelliculage...

Exercice : Demander un devis à un fournisseur

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée
1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis
Aucun

Tarif
Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui
Assistant.e de direction,
Assistant.e communication
Responsable / Chargé(e)
de communication ou
marketing. Toute personne
ayant à concevoir,
rédiger ou remanier une
communication visuelle ou
participant à son élaboration.

Moyens pédagogiques
• Exercices, étude de cas,
cas pratiques, échantillons

LE QUOTIDIEN D'UN.E CHARGÉ.E DE COMMUNICATION

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert, Julianne Couly, Jean-Mathieu Pagnerre

OBJECTIFS

- Bâtir une stratégie et un plan d'action de communication efficace
- Arbitrer efficacement les investissements entre les leviers de communication nécessaires
- Comprendre le pilotage d'une campagne de communication

- Le métier : organisation d'une journée type, les connaissances métier, la relation avec les autres services et les directions marketing/communication dans l'entreprise
- Collaborer avec une agence : pourquoi faire appel à une agence, les différents métiers, ses compétences
- Les clés pour réussir : rédiger un brief, mener une consultation, la relation agence/annonceur
- Aspects juridiques : Loi Sapin et Loi Evin; Propriété intellectuelle, droit à l'image, lanceur d'alerte

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée
1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis
Aucun

Tarif
Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui
Assistant.e de direction,
Assistant.e communication
Responsable / Chargé(e)
de communication ou
marketing. Toute personne
ayant à concevoir,
rédiger ou remanier une
communication visuelle ou
participant à son élaboration.

Moyens pédagogiques
• Exercices, étude de cas,
cas pratiques, échantillons

LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL POUR LES NON-SPÉCIALISTES

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert

OBJECTIFS

- Comprendre le monde du digital et développer vos connaissances
- Identifier vos besoins pour votre site web
- Faire un cahier des charges complet pour votre projet
- Savoir dialoguer avec les spécialistes et les équipes techniques

Tour d'horizon du web

- L'histoire du web
- Le fonctionnement du Web
- Les géants du web : Google et compagnie
- Moteurs de recherche VS Navigateur web
- Les différents langages et la technologie
- Quelques chiffres de tendances

Comprendre le fonctionnement d'un site web

- Site web : fonctionnement, fonctionnalité
- Cahier des charges complet : arborescence, ergonomie, design
- Connaître les différents maillons de la chaîne
- C'est quoi le référencement : L'équilibre entre les robots et l'internaute ?
- Le RGPD et la confidentialité
- Gérer mon projet web : définir sa stratégie, brief, relation agence, point de contrôle, budget...

Exercice : Lexique du digital : Responsive, SEA, SEO, SMO, Analytics, Adwords...

Renforcer votre stratégie pour gagner en visibilité

- Repenser son marketing, sa communication et les nouvelles stratégies de visibilité
- La fin du site web ? Quelles alternatives ?
- L'UX en omnicanal : comment garantir son succès ?
- Les datas et réseaux sociaux : quels objectifs stratégiques ?

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER

Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

2 jours

Possibilité en 4 demi-journées

Pré requis

Aucun

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

Pour qui

Directeur, Responsable marketing, Responsable du site web, Chargé de communication

Moyens pédagogiques

- Trainings (cas pratiques, mises en situation, analyses de bonnes pratiques)
- Un accompagnement pas à pas à toutes les étapes de votre communication digitale
- Les clés pour choisir les indicateurs les plus pertinents par rapport à vos actions

RENFORCER VOTRE STRATÉGIE POUR GAGNER EN VISIBILITÉ WEB

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert

OBJECTIFS

- Bâtir un plan d'action de communication digitale efficace
- Choisir efficacement les investissements de communication digitale
- Comprendre le pilotage de vos campagnes digitale et leur optimisation

- Sélectionner et intégrer les leviers pertinents du web
- Les principaux outils utilisés pour mettre en oeuvre une stratégie digitale
- Quels sont les outils non publicitaires du web :
 - Référencement naturel (SEO)
 - Le blog
 - Netliking
 - Communiqués de presse en ligne
 - Le Chat Bot
 - Annuaire en ligne gratuits
 - Campagne d'emailing et/ou newsletter
- Contenu : vidéo, podcast, webinars...
- Définition actuelle de la publicité en ligne : search, display, les sites web
- Découvrir les réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube...

Exercice : Mettre en place un plan digital

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Maîtriser les fondamentaux de la culture « web et réseaux sociaux »

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

Pour qui

Assistant.e de direction, Assistant.e communication Responsable / Chargé(e) de communication ou marketing Toute personne ayant à concevoir, rédiger ou remanier une communication visuelle

Moyens pédagogiques

- Trainings (cas pratiques, mises en situation, analyses de bonnes pratiques)
- Un accompagnement pas à pas à toutes les étapes de votre communication digitale
- Les clés pour choisir les indicateurs les plus pertinents par rapport à vos actions

LES LEVIERS D'ACTIONS AU SERVICE D'UNE COM. DIGITALE PERFORMANTE

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert

OBJECTIFS

- Maîtriser les étapes clés d'une campagne digitale réussie
- Elaborer une stratégie digitale complète
- Mesurer et augmenter l'efficacité des campagnes digitales

Durée

2 jours

Possibilité en 4 demi-journées

Pré requis

Maîtriser les fondamentaux de la culture « web et réseaux sociaux »

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable marketing et communication. Chargé de communication, Community manager, Chef de projet. Toutes personnes en charge des comptes réseaux sociaux de leur entreprise.

Moyens pédagogiques

- Trainings (cas pratiques, mises en situation, analyses de bonnes pratiques)
- Un accompagnement pas à pas à toutes les étapes de votre communication digitale
- Les clés pour choisir les indicateurs les plus pertinents par rapport à vos actions

Délais d'accès à la formation :
de 5 à 10 jours

CRÉER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Julianne Couly

OBJECTIFS

- Bâtir un plan d'action de communication digitale efficace
- Choisir efficacement les investissements de communication digitale
- Comprendre le pilotage de vos campagnes digitale et leur optimisation

• Panorama des réseaux sociaux :

- chiffres, fonctionnalités & cas d'utilisation par les marques
- Définir ses objectifs
- ROI et analyse de la performance de la stratégie Social Media
- Inclure les réseaux dans une stratégie marketing et assigner des objectifs
- Tendances des réseaux sociaux cette année
- Construire son planning éditorial
- Comment prendre la parole sur les réseaux sociaux (Do's & Dont's) ?
- Leviers des principaux réseaux sociaux
- Quels outils existants pour faciliter le suivi ? (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Pinterest)
- Analyser les avantages, les inconvénients et les contraintes de chaque support
- Analyse la pertinence de chaque réseau social en fonction de la cible
- Créer des communautés sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Animer des communautés sur LinkedIn, Facebook et Instagram
- La modération : comment répondre ?

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation.

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Avoir un compte actif RS et la vision d'un compte entreprise.

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable marketing et communication Chargé de communication, Community manager, Chef de projet. Toutes personnes en charge des comptes réseaux sociaux de leur entreprise.

Moyens pédagogiques

- Méthode écoute active
- Médiologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures
- Guide de suivi de la formation remise en main propre

Délais d'accès à la formation :
de 5 à 10 jours

GÉRER DES COMPTES RÉSEAUX SOCIAUX

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Julianne Couly

OBJECTIFS

- Appréhender et mettre en œuvre une stratégie social media
- Exploiter le potentiel et les fonctionnalités clés
- Créer des contenus plus pertinents et engageants pour votre communauté
- Mesurer la performance de vos actions.

E-quiz de connaissance sur les réseaux sociaux et particulièrement LinkedIn & Instagram

- Point sur les fondamentaux des réseaux sociaux
- Les chiffres clés post crise et confinement
- Benchmark : les bonnes pratiques
- Les tendances & les nouveautés
- L'algorithme

Différence entre une page personnelle et une page entreprise

Exercice : Regardons votre page entreprise

- Les bases d'une bonne stratégie sociale média : le planning de rédaction, le rubricage, le feed
- Le rappel : objectif/cible > contenu
- La modération
- Un tour d'horizon des contenu qui fonctionnent : Mêmes, trends, vidéos, visuels, infographies
- Test & Learn
- Bilan d'efficacité

Exercice : travaillons sur un planning rédactionnel

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

1 jour
par média social

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Avoir un compte actif RS et la vision d'un compte entreprise.

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable marketing et communication, Chargé de communication, Community manager, Chef de projet. Toutes personnes en charge des comptes réseaux sociaux de leur entreprise.

Moyens pédagogiques

- Méthode écoute active
- Médiologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures
- Guide de suivi de la formation remise en main propre

Délais d'accès à la formation : de 5 à 10 jours

BOOST ET ACHAT MÉDIA SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Julianne Couly

OBJECTIFS

- Se fixer des objectifs et mobiliser les ressources nécessaires pour le déploiement de cette stratégie Social Media
- Évaluer les performances de la stratégie Social Media mise en place et effectuer des ajustements

- C'est quoi l'achat média ?
- Différence entre l'achat média et le référencement naturel sur les réseaux
- Mots clés à connaître : CPC, Audience, Boost...
- Sponsorisation, Insight, Campagne, Remarketing...
- Utiliser les Réseaux sociaux dans sa stratégie BtoB
- Commençons par créer votre audience : marketing, environnement, personas
- Découvrir les formats et les nouveautés
- Comment créer une campagne
- Comment se structure une campagne
- Définir et atteindre des objectifs de campagne
- Préparez votre première campagne
- Booster des posts
- Vérifier la réussite d'une campagne

Exercice : Booster une publication

E-quiz final de contrôle des connaissances

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée

1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Avoir un compte actif RS et la vision d'un compte entreprise.

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

Pour qui

Direction, Responsable marketing et communication, Chargé de communication, Community manager, Chef de projet. Toutes personnes en charge des comptes réseaux sociaux de leur entreprise.

Moyens pédagogiques

- Méthode écoute active
- Médiologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures
- Guide de suivi de la formation remise en main propre

Délais d'accès à la formation : de 5 à 10 jours

LINKEDIN POUR COMMERCIAUX

Animée par
Stéphany Bonnard, Jean-Mathieu Pagnerre

OBJECTIFS

- Vendre grâce à LinkedIn
- Générer plus de leads
- Établir un flux de prospects
- Renforcer son réseau
- Bonnes pratiques pour inviter les prospects à rejoindre votre réseau

Rappel des objectifs de chaque réseaux

- Facebook : créer sa page, le Edge Rank, mesurer les résultats, Social Ads
- Twitter : vocabulaire, objectifs, metrics
- LinkedIn : Employee Advocacy, Social Selling, marque employeur
- YouTube, Instagram, Snapchat, Pinterest
- Le traitement des avis clients négatifs

Comprendre et gérer le réseau

- Découvrir les règles d'un bon profil personnel LinkedIn avec une vidéo
- Appropriiez-vous les caractéristiques du Personal Branding et de la e-reputation en partageant avec le consultant et les autres participants
- Commencez à vous entraîner
- Adapter sa prospection aux réseaux sociaux
- Cultiver son personal branding commercial
- Communiquer avec ses prospects de manière claire et efficace

Mettre en application

Mise en pratique individuelle

sur votre cas avec hot-line du consultant :

- Créez et paramétrez votre profil LinkedIn
- Nourrissez votre Personal Branding

Construire dans la durée

- Échangez sur les bonnes pratiques et les astuces
- Accédez à des fiches de méthodes complémentaires
- Téléchargez la fiche outil de la formation
- Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux
- Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement
- Utiliser les événements pour produire du contenu

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

LINKEDIN POUR DIRIGEANT.E

Animée par
Stéphany Bonnard, Jean-Mathieu Pagnerre

OBJECTIFS

- Maximiser son profil LinkedIn

- Le personal branding
- Disposer d'un profil LinkedIn
- Développer le compte entreprise
- Animer une communauté
- Développer sa communauté
- Identifier des prospects selon ses critères de ciblage
- Développer un réseau de contacts vs. prospects
- Développer l'écosystème vs. prospect de son profil
- Définir une ligne éditoriale vs. prospects
- Animer son profil LinkedIn et booster sa visibilité
- Définir un plan de prospection chiffré
- Réaliser son plan à l'aide d'un kit d'outils prospection LinkedIn
- Déclencher des Calls et RdV
- Formuler une ligne éditoriale vs. portrait du prospect idéal
- Se doter des contenus ciblés à échanger avec les prospects
- Utiliser le moteur de recherche de contenus de LinkedIn

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation.

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap

Durée 1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Avoir un compte actif RS et la vision d'un compte entreprise.

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Dirigeants de TPE, PME, ETI

Moyens pédagogiques

- Méthode écoute active
- Médiologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures
- Guide de suivi de la formation remise en main propre

Durée 1 jour

Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis

Avoir un compte actif RS et la vision d'un compte entreprise.

Tarif

Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui

Dirigeants, Managers, Commercial et Chargé d'affaires, Responsable commercial, Responsable Marketing/Vente

Moyens pédagogiques

- Méthode écoute active
- Médiologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures
- Guide de suivi de la formation remise en main propre

LA COMMUNICATION RESPONSABLE ET LA RSO

Animée par
Stéphany Bonnard

OBJECTIFS

- Adopter une communication responsable
- Développer sa RSO / Se familiariser avec les réglementations en vigueur (Loi Sapin, Loi PACTE ...)
- Comprendre l'éthique digitale / Organiser des événements responsables

- La communication au sein d'une démarche RSO
- Pourquoi mettre en place une démarche RSO ?
- Comment impulser la démarche ?
- Quel rôle pour la direction communication dans une démarche RSE ?
- Les supports de communication RSE/RSO
- Rapport ou livret RSE
- Le Marketing et la communication responsable
- Définition du marketing responsable
- Rappel Marketing/ Communication/Publicité
- Communication Responsable
- Publicité Responsable... ?
- Enjeux sociaux & Enjeux sociétaux : Communiquer de façon responsable c'est être responsable
- Raison d'être des organisations – Loi PACTE
- Gouvernance
- Transparence même financière !
- Comment sélectionner ses partenaires et sous-traitants pour une relation durable ?
- Parties prenantes
- Ethique business et fidélité
- Appel d'offres
- Budget, prestataires, critères d'externalisation... : définir le plan d'action de l'évaluation et les moyens à allouer
- Règlementation : Loi Sapin, Loi Evin, RGPD, Loi lanceur d'alerte
- Enjeux environnementaux la lutte contre le réchauffement climatique
- La gestion durable des ressources
- La préservation de la biodiversité
- > Comment réaliser un Process de création et de production de manière responsable : type de support, quantité et diffusion, recommandations, produire sans emballage
- Mesurer des besoins adaptés aux cycles de vie des documents
- Le digital éthique (vidéos, tournage...)
- Événementiel responsable et relations presse et publique (influence)
- Organiser des conférences de presse, voyages, visites de presse en adoptant une démarche cohérente de A à Z : choix du site, des moyens de transports, supports, prestataires, traités...

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

COACHING DE DIRIGEANT SUR MESURE

Animée par
Stéphany Bonnard

OBJECTIFS

- Apprendre à diriger un service de communication
- Développer son Personal Branding
- S'exprimer en public et face à la presse



Thématiques sur lesquelles nous pouvons vous accompagner :

- Manager une équipe de communication
- Leadership et Personal Branding
- Expression orale & Media training
- Apprivoiser le web
- Oser le développement personnel pour être un meilleur communicant

Modalités d'évaluation : exercice en fin de formation

Accessibilité : EXPRIMER Formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

Durée
Selon le besoin

Pré requis
Aucun

Tarif
Tarif par personne et par jour
Adhérent : 1500€ HT
Financement possible dans le cadre du CPF pour les salariés de toutes branches

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui
Dirigeants de TPE, PME, ETI

Moyens pédagogiques

- Méthode écoute active
- Méthodologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures

Durée
1 jour
Possibilité en 2 demi-journées

Pré requis
Aucun

Tarif
Intra : 1 jour (7 heures)
- à partir de 900 € HT
Inter : 1 jour (7 heures) - à partir de 900 € HT (hors frais et temps de déplacement)

DISPONIBLE EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

Pour qui
Responsable ou chargé de communication
Toute personne amenée à prendre en charge la stratégie de communication ou définir l'organisation d'un service communication

Moyens pédagogiques

- Trainings (cas pratiques, mises en situation, analyses de bonnes pratiques)
- Un accompagnement pas à pas à toutes les étapes de votre communication digitale
- Les clés pour choisir les indicateurs les plus pertinents par rapport à vos actions

Nos incroyables intervenant.e.s

Ils ont plus de 10 ans d'expérience en agence de communication, ont accompagné des Dirigeant.es des chargé.e.s de communication d'ETI, ils sont passionnés, chacun expert dans leur domaine, et plus que tout, ils aiment transmettre leur savoir-faire.

- Directrice de clientèle et conseillère en communication depuis près de 20 ans en agence
- Directeur Commercial passionné d'innovation
- Directrice des opérations

La formation en communication d'EXPRIMER, c'est la formation de professionnels par des experts !



Stéphany Bonnard

Directrice opérationnelle sur l'ensemble des pôles de l'agence EXPRIMER depuis 2015.
Enseignante en communication à l'université de Provence
Plus de 12 ans d'expérience dans les métiers de la communication

Master de l'Ecole Française des Attachés de Presse (EFAP)

Membre du club Provence de l'APM - Association Progrès du Management

Jean-Mathieu Pagnerre

Directeur commercial chez EXPRIMER-SEXTANT depuis 2013
Plus de 15 ans d'expérience dans les métiers de la communication

Master II Communication / Marketing à l'INSEEC Lyon
Master I Communication / Marketing à l'IDRAC Lyon
Diplômé BA en Marketing de l'University Of Central Lancashire - Preston, Angleterre

Véronique Robert

Directrice clientèle chez SEXTANT depuis 2000.
Près de 30 ans d'expérience dans les métiers de la communication

Licence et maîtrise en sciences du langage et communication de la Faculté des lettres et sciences humaines d'Aix en Provence

Pauline Dewaele

Directrice de clientèle spécialisée en Branding et Design

Master II en Creative Design Branding à l'ISCOM Paris

Master I - Publicité & Stratégies de Marque à l'ECS Paris

Licence- Métiers de la communication à l'université Paris DESCARTES

Julianne Couly

Chef de projet pour EXPRIMER-SEXTANT

Master Manager de Projet Culturel à l'école d'Art et Culture de Lyon

Licence « Arts du spectacle » - Section danse à l'université de Nice

Astrid Combes

Webdesigner/intégratrice Wordpress
Plus de 15 ans d'expérience dans les métiers de la communication

Formation Infographiste Multimedia 8 mois à l'école Aries
MST image et son à l'Université de Provence Aix-Marseille II
BTS Espace de communication au lycée Marie-Curie

JAÏA

CHABANNE

SYCLEF

Notes



EXPRIMER
Conseil & Création
AIX-MARSEILLE - PARIS

180 rue Louis Armand
Pôle d'activité d'Aix-en-Provence
13290 AIX-EN-PROVENCE

04 42 975 975

40 rue Alexandre Dumas
75011 PARIS

contact@agence-exprimer.com



[**agence-exprimer.com**](http://agence-exprimer.com)

