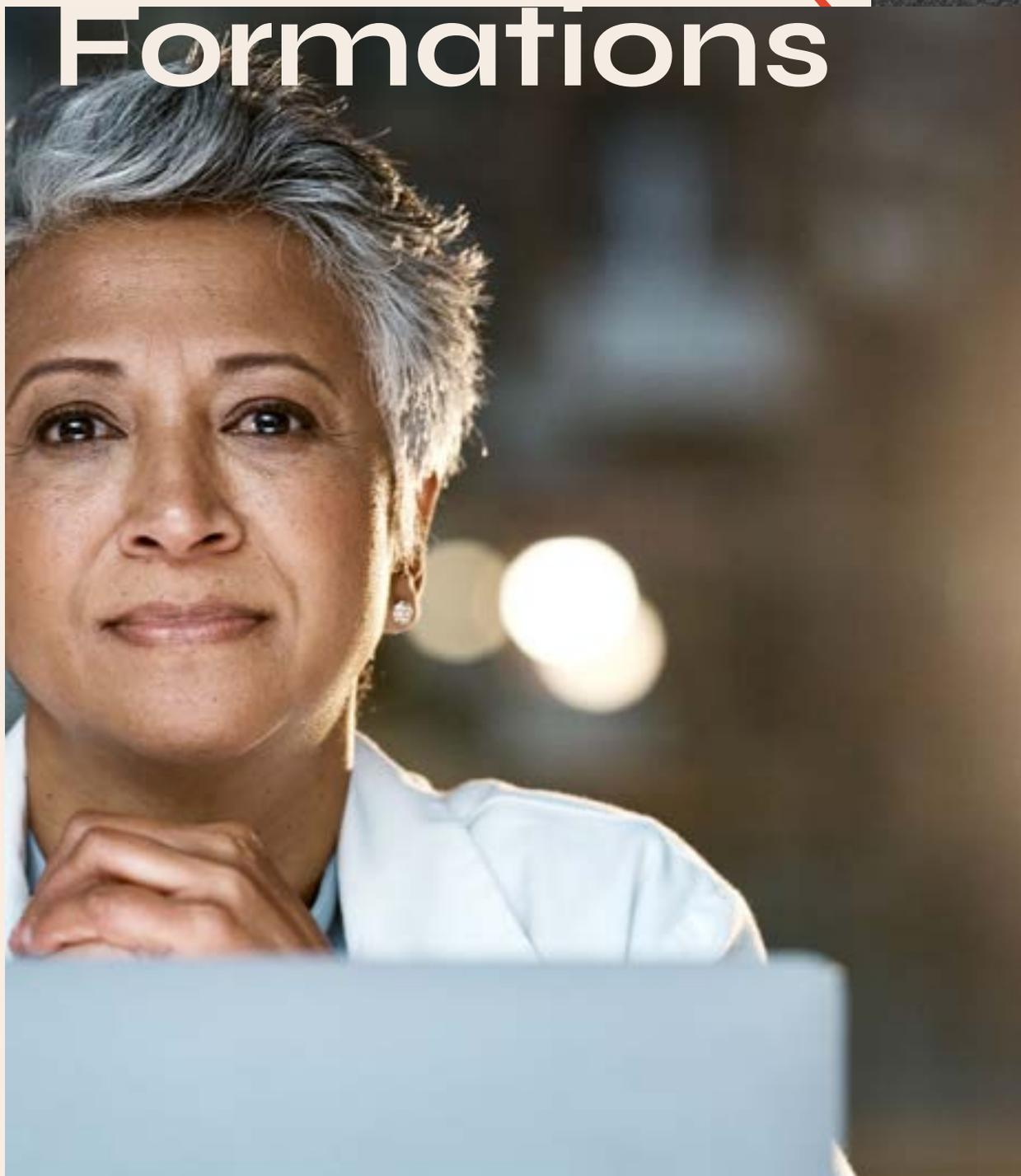


CATALOGUE

# Formations



**exprimer**

Communication émotionnelle

# Sommaire

2

<b>Exprimer Formation - Qui sommes-nous ?</b> .....	3
<b>Notre objectif</b> .....	4
<b>Les plus de nos formations</b> .....	5
<b>Nos formations</b> .....	6
Stratégie de communication.....	7
Le métier de chargé.e de communication.....	8
Le digital.....	9
Réseaux sociaux.....	10
Communication responsable .....	11
Conseil et accompagnement .....	12
<b>Nos incroyables intervenants</b> .....	22
<b>Notes</b> .....	24





# Qui sommes-nous ?

3

**100%**  
de nos  
formations  
disponibles  
à distance

**+ 15**  
formations  
disponibles

**6**  
formateurs  
experts

**35**ans  
d'expertise  
métier

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.

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 25m<sup>2</sup> 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 chocolat... ou chocolatinnes... 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 !*



# Nos formations

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Concevoir et déployer le plan de communication - 1 jour .....	7
La communication en 2023, 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
---	----

## CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT - 1 jour .....

# CONCEVOIR ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION

## Animée par

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

### 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 2023
- 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.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION

7

### 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

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

## 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

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

# LA COMMUNICATION EN 2023, 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.

# 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.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION

9

### 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

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

# DÉCOUVRIR LA CHAÎNE GRAPHIQUE

## Animée par

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

10

## 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

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

## 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.

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

## Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert,  
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.

## LE MÉTIER DE CHARGÉ.E DE COMMUNICATION

11

### 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

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

# LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL POUR LES NON-SPÉCIALISTES

## Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele, Véronique Robert

12

## 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

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

### 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.

# RENFORCER VOTRE STRATÉGIE POUR GAGNER EN VISIBILITÉ WEB

LE DIGITAL

## 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
  - Annuaires 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.

13

## 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

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

## LE DIGITAL

### DURÉE 2 jours

Possibilité en 4 demi-journées

14

### 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

# LES LEVIERS D'ACTION 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

- Établir un dispositif sur les médias sociaux
- Les fondamentaux du Community Management
- Les outils des Réseaux sociaux
- Animer sa communauté sur les réseaux sociaux
- Faire du business sur les réseaux sociaux
- Transformer ses collaborateurs en ambassadeurs
- Créer et animer un blog
- E-réputation
- Gérer sa visibilité et sa réputation numérique
- Surveiller et améliorer l'image de son entreprise
- SEO, référencement naturel
- SEO, optimiser le référencement de son site Web
- Webmarketing, stratégie et bonnes pratiques
- Google Analytics, analyser les statistiques de son site web
- Référencement naturel, focus sur les techniques de rédaction
- Établir un tableau de mots-clés
- Vérifier les actions de SEO de son agence
- Comprendre le mécanisme : budget, statistiques, ratio

**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.

# CRÉER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

## Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele

### OBJECTIFS

- Bâtit 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
- Analyser 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.

## RÉSEAUX SOCIAUX

15

### 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

## RÉSEAUX SOCIAUX

### DURÉE 1 jour par média social

Possibilité en 2 demi-journées

16

### 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

#### 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.

# BOOST ET ACHAT MÉDIA SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

## Animée par

Stéphany Bonnard, Pauline Dewaele

### 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.

## RÉSEAUX SOCIAUX

17

### 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

## RÉSEAUX SOCIAUX

# LINKEDIN POUR COMMERCIAUX

### Animée par

Stéphany Bonnard, Jean-Mathieu Pagnerre

18

### 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

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

#### 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 réseau

- 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
- Appropriez-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

## RÉSEAUX SOCIAUX

19

### 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

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

## RÉSEAUX SOCIAUX

### 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

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

# 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...)
  - Évènementiel 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, traiteurs...
- 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.

# CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT

**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

## Formation sur mesure

**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.

## COACHING DE DIRIGEANT.E

21

**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
- Médiologie personnalisée et création de supports sur-mesure
- Méthode expérientielle : exercices, étude de cas, analyse de situations passées et futures

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

# 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 du groupement d'agences  
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 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 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*

## 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*

## Yohan Blasquez

Chef de studio/directeur artistique

Plus de 15 ans d'expérience dans les métiers de la  
communication

*MID (master of International Design Bac + 5 -  
Master II)*

*à l'école de Condé Marseille.*

*Diplôme de concepteur designer graphique  
(Bac + 4 de niveau II) à l'école de Condé Marseille  
CAP DECG (dessinateur d'exécution  
communication graphique) au lycée Célony -  
Aix-en-provence.*

# Témoignages clients

24

“ La formation nous a permis de structurer notre stratégie social média. Tout en nous formant, nous avons pu écrire un plan d'actions concret à mener. ”

**JAÏA**

“ La formation fut très enrichissante. Elle nous a permis de prendre vraiment une nouvelle dimension sur nos projets. J'ai hâte de pouvoir mettre en place les changements. Merci beaucoup à notre super formatrice ! ”

**CHABANNE**

“ Merci beaucoup. La formation était très intéressante, nous avons appris pleins de choses. Désormais, il ne manque plus qu'à tout mettre en place :) ”

**SYCLEF**

Si vous souhaitez accéder aux indicateurs de performance, nous consulter.









## **EXPRIMER**

Conseil & Création

AIX / MARSEILLE - LILLE - PARIS

---

180, rue Louis Armand  
Pôle d'Activités d'Aix-en-Provence  
13290 Aix-en-Provence

04 42 975 975

Lille :  
38 boulevard Carnot  
59800 Lille

Paris :  
40, rue Alexandre Dumas  
75011 Paris

[contact@agences-exprimer.com](mailto:contact@agences-exprimer.com)



**inside**  
CONSEIL

**metronom**  
PRODUCTION  
GRAPHIQUE

**NOMADE**  
STAND / ÉVÉNEMENTIEL

**sextant**  
COMMUNICATION  
RESPONSABLE



[agences-exprimer.com](http://agences-exprimer.com)