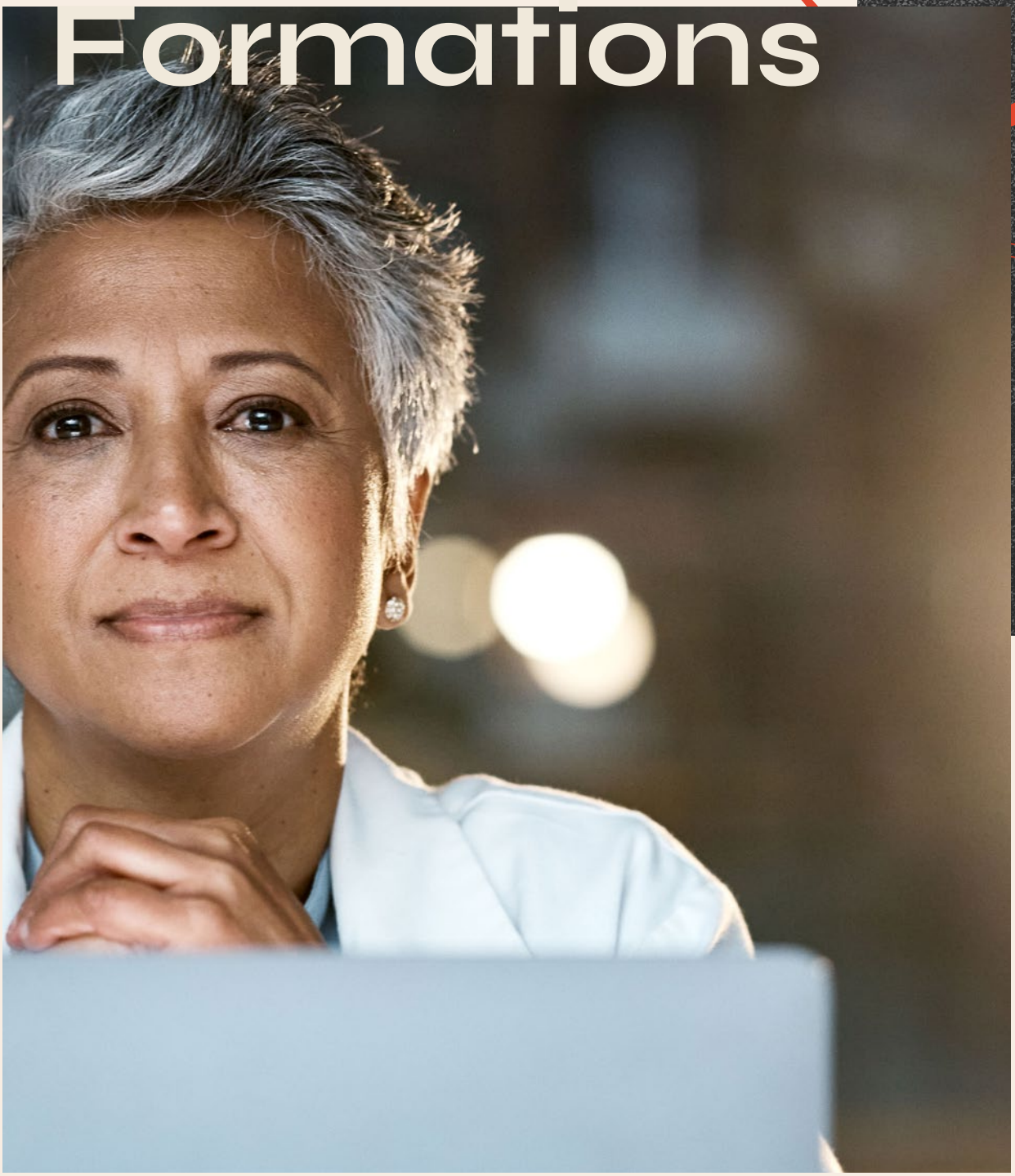
CATALOGUE

Formations



exprimer

Communication émotionnelle

SEPTEMBRE 2024

Sommaire

Exprimer Formation - Qui sommes-nous ? 3

Notre objectif 4

Les plus de nos formations 5

Nos formations 6

Stratégie de communication 7

Dynamiser une force de vente 11

Le métier de chargé.e de communication 12

Le digital 14

Réseaux sociaux 18

Accompagnement de dirigeant.e 23

Communication responsable 24

Notes 25

Nos incroyables intervenants 26

Qui sommes-nous ?

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 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'OPÉRATIONNEL

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 CHARGÉ.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 au chocolat… ou chocolatines, 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.

Offert à nos stagiaires

Nos formations

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Concevoir et déployer le plan de communication - 1 jour 7
Les nouveaux enjeux de la communication - 1 jour 8
Stratégie de com' et identité de marque - 2 jours 9
Intégrer le brand content à sa stratégie de communication - 1 jour 10

DYNAMISER UNE FORCE DE VENTE

Commerce : animer et motiver une équipe commerciale - 1 jour 11

LE MÉTIER DE CHARGÉ.E DE COMMUNICATION

Découvrir la chaine graphique - 1 jour 12
Le quotidien d'un.e chargé.e de communication - 1 jour 13

LE DIGITAL

Les fondamentaux du digital pour les non-spécialistes - 2 jours 14
Renforcer voter stratégie pour gagner en visibilité - 1 jour 15
Les leviers d'actions au service d'une com' digitale performante - 2 jours 16
L'intelligence artificielle - 1 jour 17

RÉSEAUX SOCIAUX

Créer et animer une communauté sur les réseaux sociaux - 1 jour 18
Boost et achat media sur les réseaux sociaux - 1 jour 19
Gérer des comptes de réseaux sociaux - 1 jour 20
Linkedin pour le/la dirigeant.e - 1 jour 21
Linkedin pour le commerce - 1 jour 22

ACCOMPAGNEMENT DE DIRIGEANT.E

Conseil et accompagnement - Selon le besoin 23

COMMUNICATION RESPONSABLE

La communication responsable et la RSO - 1 jour 24

CONCEVOIR ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION

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.

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

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

LES NOUVEAUX ENJEUX DE LA COMMUNICATION

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 d'une entreprise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

• Exercices, étude de cas, cas pratiques, échantillons

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

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

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

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

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

INTÉGRER LE BRAND CONTENT À SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

OBJECTIFS
- Comprendre les enjeux d'une stratégie de brand content
- Savoir definir sa stratégie de brand content et son storrytelling de marque
- Écrire une road map de contenus cross canal
- Mesurer l'impact de sa stratégie de brand content
- Optimiser sa stratégie de brand content

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.

MOYENS PÉDAGOGIQUES
• Exercices, étude de cas, cas pratiques

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

- Brand content definition et enjeux
- Des Exemples de stratégies de brand content
- Les contenus du brand content : format, canal, cible…
- Quel message, pour quelle cible, sur quel canal ?
- Écriture d'une road map de contenus annuels
- Comprendre et mesurer l'impact et savoir ajuster

Modalités d'évaluation : Écriture d'une raod map annuelle

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

COMMERCE : ANIMER ET MOTIVER UNE ÉQUIPE COMMERCIALE

OBJECTIFS
- Augmenter la motivation et les compétences individuelles et collectives des commerciaux
- Renforcer la cohésion d'une équipe commerciale
- Concevoir et animer des réunions commerciales engageantes et productives.

- Savoir définir et analyser des objectifs commerciaux pour pouvoir déterminer les compétences à développer au sein d'une équipe.
- Le profil individuel de chaque membre de l'équipe commerciale et le groupe.
- Adapter une approche managériale aux besoins spécifiques de chaque collaborateur.

Exercice : Analyser des profils et identifier les forces et les faiblesses de chaque profil et déterminer le style de management le plus adapté pour développer ses compétences

- Agir et encourager pour stimuler la motivation de chacun
- Faire accepter et suivre des objectifs commerciaux ambitieux
- Mettre en place des actions de motivation efficaces

Atelier :
- Animer des réunions commerciales pour une motivation collective.
- Structure de réunions commerciales
- Participation de l'équipe

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 commerciale, chef des ventes, manager d'équipes commerciales.

Chargé.e d'animation de réseaux de ventes.

MOYENS PÉDAGOGIQUES
- Exercices, étude de cas, cas pratiques

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

LE MÉTIER
DE CHARGÉ.E
DE COMMUNICATION

DÉCOUVRIR LA CHAINE GRAPHIQUE

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

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

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

Dernière mise à jour : Septembre 2024

LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL POUR LES NON-SPÉCIALISTES

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 developper 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

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.

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

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

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

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.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

OBJECTIFS
- Appréhender l'IA : comprendre ce que c'est et son utilité
- Apprendre comment l'exploiter dans son secteur d'activité

• Qu'est-ce que l'intelligence artificielle (IA) ?
• Les utilités de l'IA
• Comprendre l'intérêt de travailler avec l'IA

IA textuelle (ChatGPT) :
• Que fait ChatGPT ?
• Comment lui parler ?

IA pour les images (Midjourney) :
• Que fait Midjourney ?
• Comment lui parler ?

Exercice :
Test de ChatGPT selon les besoins du client en cas pratique.
Comment discuter avec lui pour affiner ses réponses.
Test de Midjourney.
Comment créer des prompts cohérents.

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 sur ChatGPT et Midjourney
- Comprendre les bases de l'IA

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

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

RÉSEAUX SOCIAUX

CRÉER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

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

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.

BOOST ET ACHAT MÉDIA SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

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 connaitre : 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

RÉSEAUX SOCIAUX

GÉRER DES COMPTES RÉSEAUX SOCIAUX

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

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.

LINKEDIN POUR DIRIGEANT.E

RÉSEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS
- Maximiser son profil LinkedIn

- Le personnal 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

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

RÉSEAUX SOCIAUX

LINKEDIN POUR COMMERCIAUX

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 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
- 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.

CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT

ACCOMPAGNEMENT DE DIRIGEANT.E

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 Personnal 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
- 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

COMMUNICATION RESPONSABLE

LA COMMUNICATION RESPONSABLE ET LA RSO

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

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...)
- Evènementiel 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.

Notes

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 !

Témoignages clients

> *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

exprimer
Communication émotionnelle

inside CONSEIL
metronom PRODUCTION GRAPHIQUE
NOMADE STAND / EVÉNEMENTIEL
sextant COMMUNICATION RESPONSABLE

agences-exprimer.com