LA COLLAB ACADEMY

Catalogue de Formations 2026

Des formations créées par des experts freelances
Ouvertes à tous

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION

Des formations sur-mesure et centrées sur la mise en place opérationnelle post apprentissage

Vous souhaitez vous former ou former vos équipes dans les domaines de la communication, du marketing, du digital, de la RH ou du Commerce ?

Découvrez La Collab Academy : Des talents indépendants qui transmettent leurs expertises et compétences en réalisant des formations aux leviers digitaux et au webmarketing.

Mettez en œuvre votre stratégie en co-créant le dispositif et en transmettant les compétences nécessaires à vos équipes !

Nous assurons le transfert d'expertises et compétences en réalisant des formations sous format "workshop". Nos formateurs sont tous des consultants en "mission" qui ont également la passion de transmettre.
Grâce à leur ancrage sur le terrain, les formateurs sont à la pointe des dernières pratiques et des évolutions de leur métier.

Vous souhaitez en savoir plus

Nous sommes à votre écoute pour concevoir un programme de formation spécifique à votre projet.

Contactez-nous

< Nos compétences />

La Collab c'est avant tout une volonté d'entraide tournée vers le partage des savoirs et de l'expérience pour améliorer le savoir-faire digital des entreprises.

Notre objectif commun : **réenchanter les collaborations** sur des projets marketing, communication, digital, RH et Commerce.

200
Freelances
En missions

+4000
Experts
Références

50
Métiers

- MARKETING & STRATÉGIE
- COMMUNICATION & WEBMARKETING
- DESIGN UX & CREA
- DEV. & DATA
- RH
- COMMERCE

< Nous formons depuis 2015 />

Des formations par des entrepreneurs

Les freelances se forment en continu pour proposer la **meilleure expertise** à leur client, et ne manquent jamais d'**exemples concrets**.

Imprégnés des **méthodes de co-création** propres au fonctionnement d'un collectif, les formateurs savent stimuler la génération d'idées par le groupe et favoriser les retours d'expériences.

L'expertise digitale rendue accessible

- Stratégie digitale: **Brand content et réseaux sociaux** pour les contributeurs aux fonctions de Community / Content Management
- Stratégie digitale: **Logique d'acquisition et de conversion** pour les entrepreneur sur le web ou responsable commercial d'un projet web.
- Outils du web : **Google, Wordpress, Brevo, Hubspot etc** pour l'utilisation des outils webmarketing.

Formations pouvant être prises en charge dans leur intégralité

< Equipe de Formation />

Maud
Coordinatrice pédagogique

+ de 30 formateurs

Depuis 2017

5157
Heures de formation

493
Stagiaires formés

98%
De satisfaction

< Nos Formateurs />

Les formations sont assurées des experts formateurs issus du Lab, notre collectif de freelances, spécialisés dans six domaines :

#1

Marketing & stratégie

Concepteur / Rédacteur
Chef de projet
Consultant en communication
directeur, directrice artistique
Inbound Marketer
Chef de produit
Chargé d'étude marketing
Growth Hacker

#2

Communication & Webmarketing

Community Manager
Rédacteur web
Emailing Manager
Traffic Manager
Expert social ads
Expert Google Ads
Expert SEO
Brand content manager
Relations presse & Influenceurs

#3

Design & Crea

Web Designer
Graphiste
UX/UI Design
Motion Designer
Illustrateur
Modéliste 3D
Photographe
Vidéaste

#4

Dev. & Data

Product Owner
Développeur web CMS
Développeur web Full Stack
Développeur mobile
Intégrateur web
Data Scientist

< Nos Formateurs />

Les formations sont assurées des experts formateurs issus du Lab, notre collectif de freelances, spécialisés dans six domaines :

#5

Ressources Humaines

Digitalisation et SIRH
GEPP
Politique de rémunération
Recrutement
Formation
Handicap
Marque employeur
QVCT
Administration et paie
Dialogue et droit social

#6

Commerce & Business

Dev

Stratégie commerciale
Process commerciaux
Sales Funnel
CRM Manager
Lead Gen
Fidélisation
Account Manager
Assistant commercial

< Étapes pour accéder à la formation />

Étape #1

Prenez connaissance des formations proposées dans notre catalogue ou sur notre site internet.

Étape #2

Contactez-nous pour élaborer un programme sur-mesure pour votre projet, sur notre site **www.lacollab.com** ou par **hello@lacollab.com**.

Étape #3

Après réception de votre demande, nous étudions votre besoin, sélectionnons un formateur et vous proposons un programme de formation sur-mesure.

Étape #4

Nous vous envoyons les éléments du dossier à compléter pour obtenir des financements pour votre formation. Une fois le dossier validé, nous vous envoyons votre convocation.

ÉTAPE #5

À la date prévue, vous suivez la formation choisie.

Nous vous envoyons votre attestation pour la formation passée. Pour finir, dans les mois suivants, nous évaluons l'apport de la formation avec vous.

Formations pouvant être prises en charge dans leur intégralité

< Ils se sont formés />

Claire Djaguidi
Formation LinkedIn et personal branding
« *Excellente prestation de Cynthia Decant sur l'établissement de ma stratégie Marketing et sur linkedin. Je recommande très largement !* 👍 »

Brice Hennequin - Responsable Marketing chez ALTAGEM
Formation HubSpot
"Formation adaptée à nos attentes ! Le formateur Josselyn) a été très pédagogue et nous a accompagné avec beaucoup de professionnalisme. Je recommande !"

Sandrine Roudeix - Écrivain chez Editions Le Passage
Formation Photoshop / Formation Optimisation des réseaux sociaux
Aspects positifs : Professionnalisme, Qualité, Réactivité
« *J'ai apprécié le professionnalisme de La Collab, réactivité, pertinence, belle énergie, bienveillance ! J'ai eu l'occasion de suivre des cours de communication digitale en plusieurs sessions et cela a été à chaque fois un vrai bonheur. J'ai beaucoup appris. L'équipe est pédagogue et à l'écoute, avec une grande disponibilité. A recommander !* »

Ducroquet Juliette & NAHAS Laÿla - Savonnerie du Causse / L'Oiseau Lÿre
Formation Perfectionnement Réseaux sociaux
« Formation complète, intéressante et enrichissante répondant à mes attentes. Contenu clair, compréhensible et adapté à mes besoins. C'est super de pouvoir repartir avec le document et surtout le suivi et l'audit personnalisé des réseaux de chacune c'est vraiment super ! Formatrice à l'écoute, agréable, réactive, professionnelle et sachant nous mettre à l'aise afin de pouvoir parler librement de nos difficultés rencontrées avec nos comptes réseaux sociaux. Je recommande vivement. »

Chloé MATTIO - Groupe Adecco
Formation SEO - Référencement naturel
« Satisfaite à 100% de cette formation ! La qualité du support ainsi que la vulgarisation et la mise en situation concrète le deuxième jour étaient top. Je la recommande »

Entreprise Guitorama
Formation YOUTUBE: Améliorer et mesurer la visibilité de vos vidéos en ligne
"Nous avons pu mettre en application tout de suite les infos théoriques, la formation était très ciblée et a répondu parfaitement à mes attentes"

Pierre-Geofroy Léonard - Bulthaup Le Touquet
Formation Réseaux Sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, Google My Business, Houzz
Aspects positifs : Professionnalisme
« *Formation très pro !* »

< Ils se sont formés />

Dairou Margot - Moulin Rouge
Formation Marketing d'influence
« La formatrice était à l'écoute de nos besoins et a su s'adapter à eux. De plus, elle était joviale et dynamique, rendant la formation d'autant plus agréable. »

SANSON Aurélia - Moulin Rouge
Formation Tiktok
« L'échange avec le formateur, très à l'écoute.
Théo était dynamique et il nous a réellement fourni des clés pour mettre en place notre stratégie Tiktok. »

Anouare BOULAROUAH - La Place des Canailles
Formation Réseaux Sociaux : Instagram et Facebook / Formation Publicité Digitale
« L'accueil était très satisfaisant, le formateur a su s'adapter à mes besoins. La formation a répondu à mes objectifs, j'ai pu utiliser les compétences acquises.
Le point fort est le fait d'adapter la formation aux besoins et aux problématiques de l'entreprise.
Merci beaucoup c'était très enrichissant :) »

Elisabeth Murgadella - Blanche 1 - La Machine du Moulin Rouge et Le Bar à Bulles
Formation Production et diffusion de contenus vidéo
« La formation était très complète et je suis très heureuse d'avoir eu la partie stratégique qui s'est ajoutée à la partie production. Le réel point fort était que j'étais seule face aux intervenantes. Cela nous a permis de travailler sur du concret et d'être toujours focus sur mes objectifs. Sortant d'école, une formation théorique à plusieurs n'aurait pas forcément été aussi pertinente.
Merci pour votre accompagnement ! J'ai beaucoup apprécié la formation dans sa globalité ! »

Anaïs Lesimple - Atelier Auneau
Formation Google Ads
« Très bonne connaissance du sujet. Capacité à s'adapter aux besoins concrets de l'entreprise. Le formateur a su s'attarder sur les points dont j'avais le plus besoin, et adapter le rythme en fonction de mes connaissances. Le "handbook" partager sur Google Drive est très pratique pour revenir sur certains points vus ensemble. Je l'ai ensuite reçu en PDF. »

Marques Emilie - Atal ! design
Formation Brand content et réseaux sociaux
« Le point fort de la formation est la personnalisation : savoir utiliser les réseaux sociaux en fonction des objectifs/clients de l'entreprise. La formation m'a apporté des connaissances intéressantes pour mon travail. Je suis satisfaite de la formation et je la recommande »

Sommaire des Programmes (1/3)

I. PARCOURS COMMUNICATION / MARKETING

- Branding
- Relation de presse
- Podcast
- E-réputation
- Communication de crise
- Personas marketing
- Audit et refonte de supports visuels
- PAO
- Copywriting
- Stratégie de marque pour la génération Z
- Maîtriser Canva

II. PARCOURS NUMÉRIQUE RESPONSABLE

- Numérique Responsable
- Le RGPD pour les métiers du marketing
- Eco conception web & Accessibilité

III. PARCOURS E-COMMERCE

- E-commerce : Les fondations Business
- E-commerce et stratégie digitale
- Site E commerce avec Shopify

IV. PARCOURS RÉSEAUX SOCIAUX

- Brand content & réseaux sociaux
- Facebook pour une marque
- Instagram pour une marque ??
- TikTok pour une marque
- Marketing d'influence
- Vidéo courte sur les réseaux sociaux

V. PARCOURS LINKEDIN

- Linkedin et Communication
- LinkedIn et personal branding
- LinkedIn et social selling

VI. PARCOURS SITE INTERNET

- Création du site internet : stratégie et cahier des charges
- Site Professionnel avec Wordpress
- Google Analytics 4
- UX/UI Design d'un site web

VII. PARCOURS PUBLICITÉ DIGITALE

- Stratégie d'acquisition payante
- Google Ads
- Facebook et Instagram Ads - Meta Business Manager

Sommaire des Programmes (2/3)

VIII. PARCOURS SEO/RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Stratégie SEO & Référencement naturel
- Rédaction Web SEO & IA
- Netlinking et popularité sur Google
- Google My Business

IX. PARCOURS GROWTH MARKETING

- Stratégie d'inbound marketing
- Stratégie emailing et automation
- Cold e-mail
- CRM Hubspot pour le Marketing

X. PARCOURS COMMERCE

- Les bases de la vente
- CRM Hubspot pour le Commerce
- Du Marketing au Commerce : Leads qualifiés et transformés
- Customer Success Management

XI. PARCOURS DIGITALISATION

- IA et Marketing : outils et stratégies innovantes
- IA Responsable : Encadrer sans freiner
- Data Strategy
- Web 3 - NFT - Metavers
- Automatisation no-code
- Automatisation Make
- Automatisation Zapier
- Automatisation Notion
- Automatisation Airtable

XII. PARCOURS RH / MARQUE EMPLOYEUR

- Employee Advocacy
- L'expérience candidats et recrutements
- Recruter sans discriminer
- Membres du CSE : Rôle et Enjeux
- Facilitation et intelligence collective

XIII. PARCOURS JURIDIQUE/QUALITÉ

- Les fondamentaux de la propriété intellectuelle
- Démarche qualité Qualiopi

XIV. PARCOURS TRANSVERSE

- Community building
- Design Thinking
- Facilitation et intelligence collective

Sommaire des Masterclass (1/3)

I. PARCOURS COMMUNICATION / MARKETING

- Media Training

III. PARCOURS E-COMMERCE

- Fidéliser ses clients en e-commerce : comment-faire ?
- Abandon de paniers : comment les récupérer ?

IV. PARCOURS RÉSEAUX SOCIAUX

- Optimiser son profil Instagram

V. PARCOURS LINKEDIN

- Optimiser son profil Linkedin
- Automatiser sa prospection Linkedin avec Waalaxy

VI. PARCOURS SITE INTERNET

- Optimiser la conversion sur son site web ou sa landing page
- Créer un lead magnet

VII. PARCOURS PUBLICITÉ DIGITALE

- Les bases de Google Ads

VIII. PARCOURS SEO/RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Les bases du SEO
- Rédiger un contenu optimisé SEO
- Faire un audit SEO simple de son site internet

XI. PARCOURS DIGITALISATION

- Marketing IA : Travailleur augmenté

LA COLLAB ACADEMY

I-Parcours Marketing / Communication

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

LA COLLAB ACADEMY

Catalogue de Formations 2026

Des formations créées par des experts freelances
Ouvertes à tous

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION

Des formations sur-mesure et centrées sur la mise en place opérationnelle post apprentissage

Vous souhaitez vous former ou former vos équipes dans les domaines de la communication, du marketing, du digital, de la RH ou du Commerce ?

Découvrez La Collab Academy : Des talents indépendants qui transmettent leurs expertises et compétences en réalisant des formations aux leviers digitaux et au webmarketing.

Mettez en œuvre votre stratégie en co-créant le dispositif et en transmettant les compétences nécessaires à vos équipes !

Nous assurons le transfert d'expertises et compétences en réalisant des formations sous format "workshop". Nos formateurs sont tous des consultants en "mission" qui ont également la passion de transmettre.
Grâce à leur ancrage sur le terrain, les formateurs sont à la pointe des dernières pratiques et des évolutions de leur métier.

Vous souhaitez en savoir plus

Nous sommes à votre écoute pour concevoir un programme de formation spécifique à votre projet.

Contactez-nous

< Nos compétences />

La Collab c'est avant tout une volonté d'entraide tournée vers le partage des savoirs et de l'expérience pour améliorer le savoir-faire digital des entreprises.

Notre objectif commun : **réenchanter les collaborations** sur des projets marketing, communication, digital, RH et Commerce.

200
Freelances
En missions

+3500
Experts
Références

50
Métiers

- MARKETING & STRATÉGIE
- COMMUNICATION & WEBMARKETING
- DESIGN UX & CREA
- DEV. & DATA
- RH
- COMMERCE

< Nous formons depuis 2015 />

Des formations par des entrepreneurs

Les freelances se forment en continu pour proposer la **meilleure expertise** à leur client, et ne manquent jamais d'**exemples concrets**.

Imprégnés des **méthodes de co-création** propres au fonctionnement d'un collectif, les formateurs savent stimuler la génération d'idées par le groupe et favoriser les retours d'expériences.

L'expertise digitale rendue accessible

- Stratégie digitale: **Brand content et réseaux sociaux** pour les contributeurs aux fonctions de Community / Content Management
- Stratégie digitale: **Logique d'acquisition et de conversion** pour les entrepreneur sur le web ou responsable commercial d'un projet web.
- Outils du web : **Google, Wordpress, Brevo, Hubspot etc** pour l'utilisation des outils webmarketing.

Formations pouvant être prises en charge dans leur intégralité

< Equipe de Formation />

Maud
Coordinatrice pédagogique

+ de 30 formateurs

Depuis 2017

5157
Heures de formation

493
Stagiaires formés

98%
De satisfaction

< Nos Formateurs />

Les formations sont assurées des experts formateurs issus du Lab, notre collectif de freelances, spécialisés dans six domaines :

#1

Marketing & stratégie

Concepteur / Rédacteur
Chef de projet
Consultant en communication
directeur, directrice artistique
Inbound Marketer
Chef de produit
Chargé d'étude marketing
Growth Hacker

#2

Communication & Webmarketing

Community Manager
Rédacteur web
Emailing Manager
Traffic Manager
Expert social ads
Expert Google Ads
Expert SEO
Brand content manager
Relations presse & Influenceurs

#3

Design & Crea

Web Designer
Graphiste
UX/UI Design
Motion Designer
Illustrateur
Modéliste 3D
Photographe
Vidéaste

#4

Dev. & Data

Product Owner
Développeur web CMS
Développeur web Full Stack
Développeur mobile
Intégrateur web
Data Scientist

< Nos Formateurs />

Les formations sont assurées des experts formateurs issus du Lab, notre collectif de freelances, spécialisés dans six domaines :

#5

Ressources Humaines

Digitalisation et SIRH
GEPP
Politique de rémunération
Recrutement
Formation
Handicap
Marque employeur
QVCT
Administration et paie
Dialogue et droit social

#6

Commerce & Business

Dev

Stratégie commerciale
Process commerciaux
Sales Funnel
CRM Manager
Lead Gen
Fidélisation
Account Manager
Assistant commercial

< Étapes pour accéder à la formation />

Étape #1

Prenez connaissance des formations proposées dans notre catalogue ou sur notre site internet.

Étape #2

Contactez-nous pour élaborer un programme sur-mesure pour votre projet, sur notre site **www.lacollab.com** ou par **hello@lacollab.com**.

Étape #3

Après réception de votre demande, nous étudions votre besoin, sélectionnons un formateur et vous proposons un programme de formation sur-mesure.

Étape #4

Nous vous envoyons les éléments du dossier à compléter pour obtenir des financements pour votre formation. Une fois le dossier validé, nous vous envoyons votre convocation.

ÉTAPE #5

À la date prévue, vous suivez la formation choisie.

Nous vous envoyons votre attestation pour la formation passée. Pour finir, dans les mois suivants, nous évaluons l'apport de la formation avec vous.

Formations pouvant être prises en charge dans leur intégralité

< Ils se sont formés />

Claire Djaguidi
Formation LinkedIn et personal branding
« *Excellente prestation de Cynthia Decant sur l'établissement de ma stratégie Marketing et sur linkedin. Je recommande très largement !* 👍 »

Brice Hennequin - Responsable Marketing chez ALTAGEM
Formation HubSpot
"Formation adaptée à nos attentes ! Le formateur Josselyn) a été très pédagogue et nous a accompagné avec beaucoup de professionnalisme. Je recommande !"

Sandrine Roudeix - Écrivain chez Editions Le Passage
Formation Photoshop / Formation Optimisation des réseaux sociaux
Aspects positifs : Professionnalisme, Qualité, Réactivité
« *J'ai apprécié le professionnalisme de La Collab, réactivité, pertinence, belle énergie, bienveillance ! J'ai eu l'occasion de suivre des cours de communication digitale en plusieurs sessions et cela a été à chaque fois un vrai bonheur. J'ai beaucoup appris. L'équipe est pédagogue et à l'écoute, avec une grande disponibilité. A recommander !* »

Ducroquet Juliette & NAHAS Laÿla - Savonnerie du Causse / L'Oiseau Lÿre
Formation Perfectionnement Réseaux sociaux
« Formation complète, intéressante et enrichissante répondant à mes attentes. Contenu clair, compréhensible et adapté à mes besoins. C'est super de pouvoir repartir avec le document et surtout le suivi et l'audit personnalisé des réseaux de chacune c'est vraiment super ! Formatrice à l'écoute, agréable, réactive, professionnelle et sachant nous mettre à l'aise afin de pouvoir parler librement de nos difficultés rencontrées avec nos comptes réseaux sociaux. Je recommande vivement. »

Chloé MATTIO - Groupe Adecco
Formation SEO - Référencement naturel
« Satisfaite à 100% de cette formation ! La qualité du support ainsi que la vulgarisation et la mise en situation concrète le deuxième jour étaient top. Je la recommande »

Entreprise Guitorama
Formation YOUTUBE: Améliorer et mesurer la visibilité de vos vidéos en ligne
"Nous avons pu mettre en application tout de suite les infos théoriques, la formation était très ciblée et a répondu parfaitement à mes attentes"

Pierre-Geofroy Léonard - Bulthaup Le Touquet
Formation Réseaux Sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, Google My Business, Houzz
Aspects positifs : Professionnalisme
« *Formation très pro !* »

< Formation : Relation presse />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Description de la formation relation presse

Comment devenir le porte-parole de sa société auprès des médias ? Comment s'adresser aux journalistes, aux influenceurs ?
Cette formation vous apprend à identifier les sujets susceptibles d'intéresser les différents médias, à transcrire ces informations et à utiliser les différents outils pour les adresser à la presse.

Objectifs de la formation relation presse

- Analyser les outils de communication existants
- Explorer les médias cibles de l'entreprise
- Concevoir les outils pour communiquer auprès de la presse
- Identifier les différents leviers de communication
- Découvrir le fonctionnement des médias
- Rédiger un communiqué de presse
- Évaluer les retours presse

Programme de la formation relation presse

Demi-journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Introduction aux relations médias
Le rôle des relations presse en entreprise
Visibilité acquise versus visibilité payante

Comprendre les objectifs des relations presse
Visibilité/Notoriété

Comment construire et gérer son fichier presse
Comment trouver les journalistes?
Comment trouver les influenceurs?

Demi-journée 2 (3H30)

Les différents supports de communication presse
Focus sur le communiqué de presse :
L'angle
Les éléments constitutifs
La rédaction
L'envoi et les relances

Demi-journée 3 (3h30)

Inviter les journalistes : où, quand et comment?

La conférence de presse et ses déclinaisons (petit déjeuner, déjeuner, visite…)
La rédaction de l'invitation
Déroulé de la rencontre presse
Le voyage de presse (Qui inviter? Comment? Combien de temps)
Les accès exclusifs (Interviews, backstage…)

Demi-journée 4 (3H30)

Organiser son plan de communication RP
Comment orchestrer ses prises de parole à destination de la presse?

Mesurer et analyser ses résultats
La veille presse :
Comment surveiller les médias?
Analyse et exploitation des retombées presse

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Agnès
/formatrice

Intervient dans de nombreux secteurs d'activité auprès de petites et grandes entreprise au niveau local ou national. chargé, chargée de cours dans différentes écoles de communication (ISEG, ISCOM, ESP/ESD)

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en droit en 1992
Expérience attachée de presse : 20 ans
Expérience chargé de dossier : 15 ans
Expérience freelance : depuis 5 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

La FRENCH TECH

UNIVERSITÉ TOULOUSE 1 CAPITOLE

Pauline
/Formatrice branding

Experte de la communication des marques, je vous accompagne dans votre stratégie 360 pour une visibilité globale.
Profil Ex LVMH. J'ai collaboré 10 ans pour de grandes maisons du Luxe : D*ior, Prada, Valentino, Comme des Garçons*… en charge de développer leur notoriété à l'international. Aujourd'hui, je valorise votre singularité. Parce que votre business a besoin d'un univers de marque fort, j'accompagne les entreprise à développer une marque unique, visible et pertinente, qui boostera leur croissance. Construisons ensemble un écosystème de marque singulier et désirable.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Grande Ecole de Commerce (KEDGE) Matser 2 Marketing/Communication
Expérience collaboration avec maisons du Luxe : 10 ans
Expérience formation : 1 an

Références Formation initiale et professionnelle :

ual: central saint mar

LVMH

< Formation : Podcast />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 21h -(6 demi journées de 3h30)

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi / (si disponible : matériel d'enregistrement)

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation Podcast

Créer et lancer son podcast

Plongez au cœur du marketing de l'audio. Le podcast est un format innovant et intimiste qui vous permettra de faire entendre votre voix, créer du lien & partager savoirs ou passions et/ou développer votre business !

Objectifs de la formation Podcast

- Analyser les principes du podcast
- Écrire son projet de podcast
- Gérer un enregistrement de podcast
- Appréhender les techniques d'interview
- Monter son podcast
- Diffuser et promouvoir son podcast
- S'organiser pour mettre en œuvre ce format dans le temps

Programme de la formation Podcast

Demi-journée 1 : Définir un projet de podcast -poser les bases (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Comprendre le marché du podcast en France

Comprendre l'écosystème du podcast et les acteurs pour mieux créer son projet. *Écoute de différents styles de podcasts pour se familiariser aux formats.*

Module 2 - Tout ce qu'il faut savoir avant de se lancer
Test : Quel est le projet de podcast le plus adapté à votre situation ?

Module 3 - Définir un projet de podcast cohérent

- Identifier les formats de podcasts et définir une ligne éditoriale pour son projet de podcast
- Déterminer le thème, la structure, le format, le ton, la fréquence de son projet.
- Écrire une note d'intention éditoriale et stratégique pour son projet

Exercices : Travailler ses personas / Écrire le pitch de projet de podcast / Analyse concurrentielle des podcasts de sa niche

Temps de partage de son pitch.

Demi-journée 2 : Écrire et préparer des épisodes de podcast (3H30)

Module 4 - Charte graphique et sonore de son podcast *(45 minutes)*

Module 5 - Écriture d'un projet de podcast *(1 heure 15 minutes)*

- Comprendre les bases de l'écriture sonore
- Écrire pour l'oralité
- Écrire une introduction pour son podcast
- Écrire une bande-annonce pour son podcast

Module 6 - Réaliser des interviews pour son podcast *(1 heure 30 minutes)*

- Choisir sa technique d'interview : conversation, entretien et interview
- Préparer une interview en avance
- Adopter une posture d'interviewer

Exercice : Écrire un contenu pour son podcast ou préparer une interview.

Programme de la formation Podcast

Demi-journée 3 : Enregistrer un épisode de podcast (3H30)

Module 7 - Savoir enregistrer correctement un épisode pour son projet de podcast

- Choisir le matériel le plus adapté à son projet de podcast,
- Les erreurs à ne pas commettre pour enregistrer un bon podcast,
- Trouver sa voix,
- Comment bien enregistrer un épisode ?

Exercices : Enregistrer son introduction et sa bande-annonce, écrire et enregistrer un mini-épisode de podcast ou une interview test.

Demi-journée 4 : Le montage d'un épisode de podcast (3H30)

Module 8 - Réaliser le montage de son projet de podcast

- Les bases pour préparer son montage sur Audacity,
- Monter son épisode sur un logiciel de montage audio,
- L'habillage sonore d'un épisode de podcast.

Exercice : Faire le montage de la bande-annonce de son podcast, et d'un épisode test.

Écoute des épisodes montés.

Demi-journée 5 : Héberger son podcast et le promouvoir (3h30)

Module 9 - Héberger et diffuser son podcast *(1 heure 30 minutes)*

- Comprendre le fonctionnement de l'hébergement et de la diffusion d'un podcast,
- Diffuser son podcast sur toutes les plateformes d'écoute (Spotify, Apple, etc.),

Démo : utiliser un hébergeur pour diffuser facilement son podcast.

Module 10 - Promouvoir un projet de podcast *(2 heures)*

- Outils et techniques pour organiser sa communication et promouvoir son podcast avant même sa sortie…
- Intégrer son podcast dans une stratégie de communication globale,
- Médiatiser son podcast.

Exercice : créer un communiqué de presse pour son podcast.

Programme de la formation Podcast

Demi-journée 6 - Monétisation, Statistiques et organisation (3H30)

Module 11 : Analyser les statistiques de son podcast *(45 minutes)*

Module 12 : Pistes pour monétiser son podcast *(45 minutes)*

Les différents moyens de monétiser un podcast.

Module 13 : Organiser la production de son podcast
(2 heures)

- Maîtriser la méthodologie de mise en œuvre de la production : étapes, timeline, budget, ressources humaines et matérielles,
- Établir un rétro-planning.

Exercices : établir le rétro-planning de la production de contenu, créer un modèle de description d'épisode.

Temps de questions-réponses *(30 minutes)*

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Anastasia

/Formatrice

J'accompagne les indépendants et entreprises à créer et développer le podcast qui leur ressemblent, via de la formation individuelle ou de groupe et de la production de contenu.

Formatrice expérimentée

Diplôme Supérieur de Gestion (Institut Mines-Télécom - 2015)
Fonction Consultante marketing digital : 4 ans
Expérience formation professionnelle : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

CGI

Studio Storia

< Formation : E-réputation />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Prérequis : Aucun

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation E-réputation

Gérez votre image et développez votre influence en ligne

Cette formation vous enseigne l'ensemble des outils et stratégies à employer pour une gestion optimale de l'e-réputation afin de maîtriser l'image de votre marque, garder le contrôle de votre discours, mettre en place une stratégie de communication de crise et faire de ce qui se dit de vous sur le Web un levier de création d'influence.

Objectifs de la formation E-réputation

- Piloter la réputation de votre marque/entreprise sur l'espace digital
- Lancer, organiser ou optimiser votre veille stratégique
- Améliorer votre engagement envers vos parties-prenantes
- Développer une stratégie d'influence et de valorisation de vos marques sur internet et les médias sociaux
- Prévenir et gérer les crises digitales lorsqu'elles surviennent
- Reprendre la main après une crise

Programme de la formation E-réputation

Demi-journée 1 : (3H30)
Ice breaker et tour de table Module 1 (1h30) -
Module 1 (1h30) - La réputation et son exposition digitale
Panorama des tendances et des pratiques réputationnelles à l'heure du digital.
Module 2 (2h) - Mise en place d'un plan de veille d'opinion
Construction d'un plan de veille, sélection des meilleures solutions de monitoring, mise en place des crawlers et règles de gestion

Demi-journée 2 : (3H30)
Ice breaker et tour de table
Module 3 (1h30) - L'analyse et la diffusion des résultats
Analyse des résultats, identification de signaux faibles, production d'infographies, génération de notes de partage.
Module 4 (2h) - La gestion de crise : méthode et pratiques
Revue des meilleures pratiques de gestion de crise en entreprises et mise en situation au regard de cas réels BtoC / BtoB.

Demi-journée 3 : (3H30)
Ice breaker et tour de table
Module 5 (1h45) - La prise de parole sur les réseaux sociaux
Stratégies et tactiques de prise de parole propres à la communication sensible sur les réseaux sociaux.
Module 6 (1h45) - Les stratégies d'influence digitales
Étude des différentes stratégies d'influence digitale, faisant appel à des porte-paroles internes et externes à l'entreprise.

Demi journée 4 : (3H30)
Ice breaker et tour de table
Module 7 (45 min) - La construction d'une nouvelle image
Reprendre la parole avec force après un bad buzz pour faire de nouveau rayonner la marque / l'entreprise.
Module 8 (45 min) - Le pilotage de la e-réputation
Retours d'expérience sur des initiatives de pilotage de la e-réputation et exercices de projection.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Hugo
/Formateur

Spécialiste de la transformation digitale des entreprises et institutions, je suis formateur professionnel depuis 15 ans.

Formation initiale : ESCP, EM Lyon, CELSA
Formation professionnelle : Visiplus, Les Echos

Formatrice expérimentée

Diplôme : ISC Paris + EGE (2004)
Fonction Consultant : 5 ans
Fonction directeur, directrice, digital : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 10 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

LVMH · Avril · Interflora · Publicis · bcw · Nivea · Lesieur · Seraphin Legal · FeedMarket.fr

< Formation : Communication de crise />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 6

Description de la formation communication de crise

Protégez votre entreprise en temps de crise

La communication de crise est l'épine dorsale de la gestion de crise pour protéger la réputation des entreprises. Cette formation donne les clés pour comprendre le phénomène de crise, anticiper et mieux se préparer. Vous apprendrez à identifier les pièges à éviter et les attitudes à favoriser pour mettre en place une stratégie de communication de crise efficace.

Objectifs de la communication de crise

- Analyser le cycle de vie d'une crise et le rôle de la communication de crise
- Gérer les enjeux médiatiques d'une crise
- Construire une stratégie de communication de crise et rédiger ses messages
- Anticiper et organiser la communication de crise au sein de son organisation

Programme de la formation communication de crise

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Les principes de la communication de crise

Le rôle de la communication de crise
L'analyse de la situation
Les questions à se poser avant de communiquer
Construire sa stratégie
Les bonnes pratiques e

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Rédiger ses messages

La méthode FACET
La maison des messages
Le Q&A sensible
Exercice de mise en pratique

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Les médias et la crise

Le contexte médiatique en France
La mécanique d'une crise médiatique
La particularité des crises pour les journalistes
Prendre la parole auprès des médias dans un contexte de crise

Les règles d'or de l'interview

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Structurer la communication de crise au sein de son entreprise

La cartographie des risques : exercice de mise en pratique
Les process d'alerte et de remontée d'informations
La composition de la cellule de crise : rôles et attributions
La logistique et les outils de la cellule de crise

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets avec supports vidéos
- Ateliers de mise en pratique immédiate
- Memo récapitulatif livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter des modules spécifiques pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session :
- Media training (1/2 journée, 1 à 4 porte-parole)
- Focus méthodologique : le rappel produit (2 heures, jusqu'à 6 participants)
- Focus méthodologique : la crise sociale (2 heures, jusqu'à 6 participants)

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Clara

/Formatrice

Consultante spécialisée en communication de crise, j'accompagne mes clients dans la gestion de leurs crises à chaud et dans la préparation de leurs équipes via des formations, des media-trainings et des exercices de crise.

Formatrice expérimentée

Diplôme : CELSA – Sorbonne Université (2017)
Fonction consultante en communication de crise : 8 ans
Expérience formation professionnelle : 5 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Tereos
bcw
Jestria
Cellule Interministérielle de Crise
CRISOTECH by CHAPSVISION
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE ET DE LA JEUNESSE
ISCOM
we mean

< Formation : Personas marketing />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication
Durée : 21h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Distanciel (visio synchrone)
Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Dates : à définir

Pré requis : Aucun

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Description de la formation personas marketing

Identifiez, construisez et exploitez vos personas marketing
Cette formation apporte des solutions concrètes aux problématiques suivantes :
Comment identifier, construire et exploiter des personas marketing pour mieux comprendre et cibler ses clients ? Quels sont les critères essentiels pour définir des profils précis et pertinents ? Comment mener des interviews qualitatives pour recueillir les informations clés ? Quelles étapes suivre pour construire des fiches personas exploitables dans une stratégie de communication ? Comment utiliser ces personas pour adapter ses messages, ses contenus et ses actions marketing aux attentes spécifiques de sa cible ?

Objectifs de la formation personas marketing

- Appréhender l'importance des persona dans une stratégie marketing.
- Identifier et définir des personas pertinents.
- Mener des interviews efficaces pour recueillir des informations qualitatives.
- Construire des profils de persona détaillés et exploitables.
- Intégrer les persona dans les actions marketing pour optimiser la communication.

Programme de la formation personas marketing

Jour 1 : Introduction aux persona et méthodologies de recherche (7 heures)

Demi-journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H30) – Introduction aux persona marketing
Définition et importance des persona.
Avantages de leur utilisation dans les stratégies marketing.
Exemples de persona dans différents secteurs d'activité.

Module 2 (2H) - Identifier et définir ses persona
Critères de segmentation et informations clés à recueillir.
Différence entre persona positifs et négatifs.
Introduction aux "Ideal Customer Profile" (ICP).

Demi-journée 2 (3H30)

Module 3 (2H) - Méthodologies de recherche
Techniques de collecte d'informations : interviews, sondages, analyses de données existantes.
Où et comment trouver les personnes à interviewer.
Préparation des guides d'entretien et des questionnaires.
Savoir bien mener des interviews

Module 4 (1H30) – Atelier pratique : Préparation des interviews
Élaboration de guides d'entretien personnalisés.
Simulation d'interviews en binôme pour se familiariser avec la démarche.

Inter-session :

Les participants mènent des interviews réelles auprès de leurs clients ou prospects pour recueillir des données qualitatives.

Jour 2 : Analyse des données et construction des persona (7 heures)

Demi-journée 3 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 5 (2H) – Analyse des données recueillies
Techniques de synthèse et d'analyse des informations collectées.
Identification des tendances et des insights pertinents.

Module 6 (1H30) - Construction des profils de persona
Structuration des informations : besoins, motivations, freins, comportements.
Utilisation de templates pour formaliser les fiches persona.

Demi-journée 4 (3H30)

Module 7 (2H) - Atelier pratique : Création de fiches persona
Travail en groupe pour élaborer des fiches persona à partir des données réelles.
Présentation et feedback collectif sur les profils créés.

Module 8 (1H30) – Validation et évolution des persona
Comment valider la pertinence des persona définis.
Importance de la mise à jour régulière des persona en fonction des évolutions du marché.

Inter-session :

Finalisation des fiches persona.
Réflexion sur l'intégration des persona dans la stratégie de communication actuelle.

Programme de la formation personas marketing

Jour 3 : Exploitation des persona dans la stratégie marketing (7 heures)

Demi-journée 5 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 9 (2H) – Intégration des persona dans la stratégie de communication
Adapter les messages et les canaux de communication en fonction des persona.
Personnalisation des contenus pour répondre aux besoins spécifiques de chaque persona.

Module 10 (1H30) - Parcours décisionnel et tunnel de conversion
Comprendre le parcours client et les points de contact clés.
Adapter les actions marketing aux différentes étapes du parcours décisionnel.

Demi-journée 6 (3H30)

Module 11 (2H) - Atelier pratique : Élaboration d'une campagne centrée sur les persona
Création de messages et de contenus adaptés à chaque persona.
Planification des actions marketing en fonction des profils définis.

Module 12 (1H30) – Mesurer l'efficacité des actions basées sur les persona
Indicateurs clés de performance à suivre.
Ajustements et optimisations en fonction des retours et des performances mesurées.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés : Préparation des interviews, création d'une fiche persona type

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande
Formules INTRA entreprise
Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : **Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)**

Formatrice

Julie

/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et des tendances du marketing.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Edhec Business School (1998)
Direction Marketing Digital : 25 ans
Expérience formation professionnelle : 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

tsm toulouse school of management

COPYTOP COPYTOP

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

CREACTIFS

Cadbury Schweppes

< Formation : Media training />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur marketing, responsable communication, chargée de communication

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 8

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir)

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Description de la formation Média

MEDIA TRAINING: de la préparation à la maîtrise de l'interview

Cette formation allie théorie, ateliers et mises en situation filmées. Apprenez à structurer vos messages, affinez votre posture et votre langage grâce à des techniques professionnelles, et gagnez en confiance pour vos prises de parole devant les médias. Ce parcours complet vous prépare à gérer aussi bien les interviews classiques que les questions sensibles, afin de faire passer vos messages avec impact et sérénité.

Objectifs de la formation

- Analyser le paysage médiatique français et les attentes des journalistes.
- Structurer et formuler des messages impactants
- Maîtriser la prise de parole face aux journalistes, en développant une communication verbale et non-verbale adaptée.
- Analyser et améliorer ses interventions grâce au feedback collectif et à l'approche individualisée.

Programme de la formation

Demi journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (45 min) – Atelier : se présenter
Se présenter et présenter son entreprise à un journaliste

Module 2 (45 min) – Le contexte médiatique en France et les formats de prise de parole
Connaître les différentes catégories de médias et leur ligne éditoriale. Connaître les attentes et les contraintes des journalistes. Comprendre les formats de prise de parole médiatique et leurs enjeux

Module 3 (1H45) – Préparer sa prise de parole, atelier
Définir ses messages clés avec le modèle de la maison des messages. Préparer ses chiffres clés, exemples et illustration. Anticiper les questions sensibles

Demi journée 2 (3H30)

Module 4 (2H15) – Atelier : faire passer ses messages
Passage filmé individuel, format face-à-face en presse écrite ou interview radio.

Module 5 (1H) – Debriefing
Débriefing collectif des passages : points forts et axes d'amélioration.

Conclusion J1
Conclusion de la journée, session de questions-réponses

Demi journée 3 (3H30)

Module 6 (1H) – Maîtriser le non verbal
L'importance de la communication non verbale, les différents aspects à prendre en compte. Analyse de vidéos.

Module 7 (2H) – Techniques de réponse aux interviews
Les outils et règles d'or, illustrées par des vidéos.

Demi journée 4 (3H30)

Module 8 (2H15) – Atelier : gérer les questions sensibles
Passage filmé individuel, format conférence de presse.

Module 9 (1H) – Debriefing
Débriefing collectif des passages : points forts et axes d'amélioration.

Conclusion
Bilan collectif

Modalité d'évaluation de fin de formation

Mise en situation : conférence de presse sur un scénario fictif.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate : mise en situation filmées et débriefing personnalisés.
- Récapitulatif livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

TARIF

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%
Paiement en 3 fois possible

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	8	2	**SUR DEMANDE**
			Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI) *Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter*

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Clara

/Formatrice

Consultante spécialisée en communication corporate et communication de crise, j'accompagne mes clients dans la gestion de leurs crises à chaud et dans la préparation de leurs équipes via des formations, des media-trainings et des exercices de crise.

Diplôme : CELSA – Sorbonne Université (2017)

< MASTERCLASS : Media Training, outils et techniques pour réussir une interview />

INFOS CLÉS

Public visé : directeur marketing, responsable communication, chargée de communication

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Programme de la Masterclass

- Le contexte médiatique en France : les spécificités des médias, les attentes des journalistes
- Les formats de prise de parole médiatique et leurs enjeux
- Préparer sa prise de parole
- Les techniques de réponse aux interviews

Objectif de la Masterclass

- Comprendre les médias et les attentes des journaliste
- Structurer un message clair, cohérent et impactant
- Maîtriser les techniques clés pour répondre aux différents types d'interviews

< MASTERCLASS : Media Training, outils et techniques pour réussir une interview />

Bonus inclus

- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

- Sur Demande
- Formules INTRA entreprise
- Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%
- Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

< MASTERCLASS : Media Training, outils et techniques pour réussir une interview />

Formatrice

Clara
/Formatrice

Consultante spécialisée en communication corporate et communication de crise, j'accompagne mes clients dans la gestion de leurs crises à chaud et dans la préparation de leurs équipes via des formations, des media-trainings et des exercices de crise.

Diplôme : CELSA – Sorbonne Université (2017)

< Audit et Refonte de Supports de Communication Visuelle />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur marketing, responsable communication, chargée de communication

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 4

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Description de la formation supports de communication

Dans cette formation, les participants apprennent à analyser, diagnostiquer et refondre leurs supports de communication (print et digital) afin d'améliorer leur impact, leur lisibilité et leur cohérence. L'approche mêle théorie, audit personnalisé, exercices pratiques et conception de templates réutilisables pour optimiser toute la production interne.

Objectifs de la formation

- Diagnostiquer les points faibles et les axes d'amélioration des supports existants
- Appréhender la structure, la hiérarchie visuelle et les règles de lisibilité
- Refonter un support en appliquant les principes d'équilibre visuel et de storytelling
- Créer des templates professionnels pour uniformiser la communication de l'entreprise

Programme de la formation

Demi journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (45 min) - Comprendre les bases d'un support efficace
Les participants découvrent les principes fondamentaux d'un support clair, lisible et structuré. Ils apprennent comment la hiérarchie visuelle influence la compréhension et l'impact du message.

Module 2 (2H45) - Diagnostic complet des supports actuels
Analyse individualisée de chaque support apporté par les participants (brochures, fiches, slides). L'objectif est d'identifier les forces, faiblesses, incohérences et axes prioritaires d'amélioration.

Demi journée 2 (3H30)

Module 3 (1H30) - Analyse visuelle : structure, lisibilité & branding
Étude approfondie de la mise en page, du rythme visuel, des marges, du branding et de la cohérence graphique. Chaque participant repart avec une grille d'analyse personnalisée et actionable.

Module 4 (2h) – Storytelling visuel & priorisation des messages
Apprendre à structurer un support en pensant parcours lecteur, messages clés et progression visuelle. Mise en pratique sur un support existant pour le rendre plus clair et impactant.

Demi journée 3 (3H30)

Module 5 (1h45) – Techniques de refonte : équilibre & modernisation
Découverte des techniques utilisées par les DA : gestion des blancs, alignements, contraste, typographies, grilles et harmonies visuelles. Application directe sur un support "avant / après".

Module 6 (1h45) – Atelier pratique : refonte guidée d'un support
Chaque participant refond un support de son choix en direct, avec feedback personnalisé. Objectif : repartir avec une version finalisée ou prête à finaliser.

Demi journée 4 (3H30)

Module 7 (1h30) – Création de templates réutilisables
Création d'une base de templates simples, professionnels et modulaires (fiche offre, slide, fiche produit). Objectif : harmoniser la production et gagner du temps.

Module 8 (2h) – Uniformisation & cohérence finale
Harmonisation des supports retravaillés pour créer une identité visuelle cohérente et durable. Finalisation des audits personnalisés + remise de la checklist complète.

Modalité d'évaluation de fin de formation

- **Cas pratique tutoré :** Refonte complète d'un support + présentation du raisonnement visuel (structure, choix graphiques, hiérarchie).
- **Remise d'un mini audit** : diagnostic + axes d'amélioration + plan d'action visuel.

Méthodes pédagogiques

- Exemples concrets & démonstrations
- Analyse de cas réels apportés par les participants
- Ateliers pratiques sur leurs propres supports
- Accompagnement individuel + feedback direct
- Support PDF + checklists + rapport d'audit remis

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

- **Refonte d'un support clé post-formation** (sur devis)
- **Accompagnement à la mise en page ou cohérence graphique**
- **Création de templates premium supplémentaires**

TARIF

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	10	2	**SUR DEMANDE**
			Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI) *Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter*

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Alice

/Formatrice & Direction Artistique

Intervenante en stratégie et communication visuelle, je transmets ma passion depuis 2021 auprès d'étudiants et de professionnels. J'enseigne l'utilisation des outils créatifs, les fondamentaux de l'image de marque, ainsi que des approches stratégiques en communication.

Formatrice expérimentée
Diplôme : MASTER II / CONCEPTEUR DESIGNEUR GRAPHISTE (2014)
Directrice Artistique Graphiste : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Rocket School · ESG · LIVEMENTOR · ESTC SCHOOL OF MANAGEMENT · eni · PIGIER

< PAO />

INFOS CLÉS /Formation courte non certiifante

Public visé : Directeur marketing, responsable communication, chargée de communication

Durée : 21h

Nombre maximum de participants : sur-mesure – individuel ou petits groupes (1 à 6 personnes)

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / Adobe CC installé / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Description de la formation

Une formation immersive pour maîtriser les fondamentaux des trois logiciels incontournables de la PAO : **Photoshop**, **Illustrator** et **InDesign.** Alternance entre théorie, démonstrations, exercices guidés et cas pratiques issus de vos supports réels.

Objectifs de la formation

- Acquérir les fondamentaux techniques des logiciels PAO
- Savoir retoucher une image (Photoshop), créer un visuel vectoriel (Illustrator) et mettre en page un document (InDesign)
- Produire des supports professionnels en autonomie (flyers, affiches, fiches produits, bannières…)
- Optimiser son workflow : organisation, nommage, exports, formats pros
- Travailler efficacement avec une équipe : graphistes, marketing, communication
- Repartir avec des fichiers finalisés, cohérents, aux normes

Programme de la formation

JOURNÉE 1 (7H)

Demi journée 1 (3h) Photoshop

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1h) Introduction à la PAO & choix des logiciels
Comprendre les usages, complémentarités et limites de Photoshop, Illustrator et InDesign. Poser le cadre des besoins spécifiques de l'entreprise.

Module 2 (2H) - Photoshop - Prise en main & outils fondamentaux
Tour d'horizon des outils essentiels (sélections, calques, masques, corrections). Construction des bons réflexes d'organisation.

Demi journée 2 (4H)

Module 3 (2H) - PHOTOSHOP — Retouche & photomontage professionnel
Techniques de retouche, détourage avancé, corrections d'ambiance et harmonisation professionnelle.

Module 4 (2H) - PHOTOSHOP — Cas pratique : création d'un visuel complet
Mise en situation réelle : création d'un visuel corporate ou marketing à partir d'un brief. Corrections personnalisées et ajustements.

JOURNÉE 2 (7h) Illustrator

Demi journée 3 (4H)

Module 5 (2H) - Illustrator — Prise en main & dessin vectoriel
Comprendre la logique vectorielle, maîtriser plumes, formes, tracés et typographies.

Module 6 (2H) - Illustrator — Création d' éléments graphiques & pictogrammes
Création de formes, icônes, motifs simples et éléments destinés aux supports print & web.

Demi journée 4 (3H)

Module 7 (3h) - Illustrator — Cas pratique : mini charte graphique / visuel
Réalisation d'un ensemble simple : logo basique, pictos, éléments graphiques. Travail sur cohérence & lisibilité.

Programme de la formation

JOURNÉE 3 (7h)
INDESIGN & WORKFLOW PAO COMPLET

Demi journée 5 (4h)

Module 8 (1H30) - InDesign — Découvrir InDesign & préparer ses documents
Paramétrage pro d'un document, marges, colonnes, gabarits. Mise en place d'un environnement de travail propre et efficace.

Module 9 (2H30) - InDesign — Mise en page professionnelle
Gestion des blocs, styles de texte, import d'images, organisation visuelle et construction de pages structurées.

Demi journée 6 (3h)

Module 10 (1h30) - Workflow PAO & collaboration
Nommage, organisation des fichiers, exports print/web, travail en équipe entre graphistes & communicants.

Module 11 (1h30) - Grand cas pratique final : refonte d'un support réel
Refonte d'un support de l'entreprise : fiche produit, flyer, plaquette… avec corrections personnalisées.

Formatrice

Alice

/Formatrice

Intervenante en stratégie et communication visuelle, je transmets ma passion depuis 2021 auprès d'étudiants et de professionnels. J'enseigne l'utilisation des outils créatifs, les fondamentaux de l'image de marque, ainsi que des approches stratégiques en communication.

Formatrice expérimentée
Diplôme : MASTER II / CONCEPTEUR DESIGNEUR GRAPHISTE (2014)
Directrice Artistique Graphiste : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Copywriting />

INFOS CLÉS /Formation Courte Non Certifiante

Public visé : Directeur marketing, responsable communication, chargée de communication

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Description de la formation Copywriting

Apprenez à écrire des contenus qui attirent l'attention, incarnent votre marque et créent une vraie connexion émotionnelle et commerciale.

Objectifs de la formation

- Définir un objectif éditorial
- Définir une tonalité éditoriale, tone of voice
- Structurer un message clair, impactant et aligné à la marque
- Adapter son écriture selon les formats (site, réseaux sociaux, pitch, mailing)
- Maîtriser les techniques d'accroche, rythme, persuasion et storytelling
- Utiliser l'IA comme assistant d'écriture (sans perdre la voix de la marque)

Programme de la formation

Demi journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 — Les bases d'un message puissant (1h30)
• Les fondamentaux d'un message puissant : idée, émotion, preuve, rythme
• Comprendre pourquoi certains textes fonctionnent (et d'autres non)
•Analyse d'exemples (marques, pitchs, pages web, LinkedIn, campagnes)
•Ce qui fait la mémoire, la connexion, la conversion

Case study : Exemple illustré d'un bon copywriting

Module 2 — Définir son objectif éditorial avant d' écrire (2h)

• Comprendre que l'écriture n'est jamais neutre — elle vise une action.
•Définir à quoi sert son texte ? (informer, faire adhérer, convaincre, vendre, engager, fédérer)
•Construire un objectif éditorial en 3 questions : À qui je parle ? Pour quoi ? Quel changement je veux provoquer ?
•Objectif vs intention : la différence entre dire et faire agir

Demi journée 2 (3H)

Module 3 — Traduire la personnalité de marque en tonalité (2h)
• Donner une voix reconnaissable et différenciante à la marque.
•La voix de marque : ce qui ne change jamais
•Ce qui s'adapte selon l'audience, le moment, le canal
•Les 8 archétypes de tonalité (mentor, rebelle, expert, compagnon, inspirant…)
•Mots interdits / mots-clés / signature verbale

•**Atelier (1h30)** : Définir son objectif éditorial et définir comment la marque devrait parler (tonalité) avec des exemples concrets

Demi journée 3 (3H30)

Module 4 : maîtriser les méthodes d'écriture persuasive (2h)
•Les 5 structures narratives qui convertissent (AIDA, PAS, Story selling, HERO, etc.)
•Techniques d'accroche (chiffres, promesses, questions, rupture…)
•Storytelling : comment raconter sans "faire de la com"
•La preuve : avis, data, coulisses, making-of, coulisses, tensions
•CTA, rythme, phrases courtes, émotion rationnelle vs émotion ressentie

Module 5 — Adapter son écriture selon les supports & formats
• Décliner un même message en formats adaptés sans perdre sa force.
• Savoir ajuster la longueur, le rythme, le visuel, la place du CTA
•Exemples de transformations : 1 message - 5 formats cohérents

---

Demi journée 4 (3H30)

Module 6 — Comment utiliser l'IA comme assistant d'écriture sans perdre sa voix (2h)
•Ce que l'IA peut faire (et ne doit pas faire)
•Comment l'utiliser pour reformuler, améliorer, structurer, varier, accélérer, optimiser
•Comment entraîner l'IA à écrire avec la voix de la marque
•Créer ses prompts intelligents (framework fourni)
•IA + copywriter = méthode de co-écriture (workflow)

Module 7 — Atelier d'écriture & feedback constructif (1h30)
•**Atelier d'écriture** :
• Post LinkedIn, page "À propos", pitch marque, email de conversion
•Réécriture live & feedback collectif
•Comparaison : ce qui fonctionne, ce qui manque, ce qui peut être amplifié
•Création de son "document de référence" avec ses propres phrases clés, tagline, signature

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutoré : création d'une tonalité et d'un message clé décliné sur plusieurs touchpoints

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

TARIF

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100% / Paiement en 3 fois possible

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	10	2	**SUR DEMANDE**
			Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI) *Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter*

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Cynthia

/Formatrice Stratégie de marque

Je suis passionnée par les marques et leur pouvoir des mots sur les consommateurs et la société.
Publicitaire dans les grosses agences parisiennes, j'ai travaillé avec le planning stratégique et les copywriters des plus grandes marques. J'y ai découvert une méthode et une manière de faire. Puis chez Samsung et les Laboratoires Pierre Fabre, j'ai mis en pratique ma plume pour faire émerger une marque et des produits grâce à une stratégie de copywriting identifiable, unique et remarquable.
Mon expertise B2B et B2C nous aidera à voir des exemples concrets dans votre industrie et les mettre en application dans votre activité.

< Stratégie de marque pour la Génération Z />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur marketing, responsable communication, chargée de communication

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Description de la formation

Comment séduire la Génération Z **sans renier l'identité de votre marque**

Comprendre les attentes de la Génération Z et adapter votre marque sans la dénaturer, en travaillant sur les valeurs, le discours, l'offre et l'expérience.

Objectifs de la formation

- Comprendre les codes, valeurs et comportements de la Génération Z
- •Identifier les zones où adapter sa marque sans compromettre son ADN
- Reformuler son discours de marque pour toucher la Gen Z sans perdre les autres audiences.
- Créer des produits, des contenus, des formats, preuves et canaux réellement engageants pour cette cible

Programme de la formation

Demi journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 — Décrypter la Génération Z (1h30)
•Les différents profils et leurs attentes (des boomers en passant par les Millenials, à la GenZ)
• Focus sur le profil Gen Z
Profil, attentes, valeurs, rapport aux marques, aux médias, aux influenceurs
• Leur relation à l'engagement, la transparence, l'authenticité
• Ce qui crée (ou détruit) la confiance

Case study : Exemple illustré d'un succès d'une marque 100% Gen Z

Module 2 — Adapter sans renier : préserver son ADN (2h)

• Qu'est-ce qui ne doit jamais bouger (essence, conviction, ADN)
• Identifier les zones d'adaptation (langage, formats, offre, tonalité, canaux)
• Exemples de marques qui ont évolué sans se renier

Demi journée 2 (3H)

Module 3 — Reformuler sa stratégie de marque (1h30)
• Formuler sa conviction, pour parler à la Gen Z
• Formuler sa vision, mission, valeurs
• Storytelling, manifeste

Module 4 — Reformuler le discours et les preuves (2h)
• Comment raconter la marque dans le langage de la Gen Z
• Engagement, preuves
• Contenus, formats,
• Traduire les valeurs en expériences
Atelier : scanner votre marque et détecter ce qui plairait à la Gen Z et ce qu'il faudrait adapter (et comment).pour construire une stratégie de désirabilité de cette cible

Demi journée 3 (3H30)

Module 5 (2H30) – Analyser les opportunités pour se positionner sur la Gen Z
- Créer une étude consommateurs pour détecter les opportunités à saisir pour sa marque
- Identifier des concurrents ou marques inspirantes ayant réussi à séduire la Gen
- Analyser leurs produits, offres, territoires de marque respectifs et présence digitale
- Audit des actions inspirantes des marques à garder en tête.

Module 6 (1H) – Établir sa stratégie de désirabilité
- Définir son offre Gen Z
- Définir sa stratégie marketing (4P)
- Caractériser son territoire de communication.
- Définir sa ligne éditoriale, sa déclinaison par support.
- Définir ses KPI et budget, ressources pour atteindre ses objectifs

Demi journée 4 (3H30)

Module 7 — Canaux principaux et codes à respecter (1h30)
• Influence-exemples
• Réseaux sociaux-exemples
• Les formats qui fonctionnent : TikTok, UGC, audio, live, co-création

Module 8 — Activation (2h)
• Méthode pour établir son plan d'action de lancement
Atelier : Créer son plan d'action pour construire une stratégie de désirabilité pour convaincre la Gen Z

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés : création d'une stratégie de désirabilité pour la Gen Z

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

TARIF

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100% - Paiement en 3 fois possible

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	10	2	**SUR DEMANDE**
			Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI) *Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter*

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Cynthia

/Formatrice Stratégie de marque

Je suis passionnée par les marques et leur pouvoir des mots sur les consommateurs et la société.
Publicitaire dans les grosses agences parisiennes, j'ai travaillé avec le planning stratégique et les copywriters des plus grandes marques. J'y ai découvert une méthode et une manière de faire. Puis chez Samsung et les Laboratoires Pierre Fabre, j'ai mis en pratique ma plume pour faire émerger une marque et des produits grâce à une stratégie de copywriting identifiable, unique et remarquable.
Mon expertise B2B et B2C nous aidera à voir des exemples concrets dans votre industrie et les mettre en application dans votre activité.

< Maîtriser Canva />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : Équipes communication / marketing. Chargés de communication. Responsables marketing. Entrepreneurs et dirigeants de TPE/PME avec une équipe interne.

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 6

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun.
Une familiarité basique avec les outils numériques est un plus.

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Description de la formation

Cette formation accompagne dans la construction d'une identité visuelle cohérente et l'utilisation efficace de **Canva** pour créer des visuels professionnels. À travers des exercices pratiques, chaque participant repart avec un **kit de marque complet** et des **modèles personnalisés** prêts à être utilisés dans sa communication.

Objectifs de la formation

Permettre aux équipes de communication et marketing de **maîtriser Canva à un niveau avancé** afin de produire des supports professionnels, cohérents et alignés avec l'identité de marque de l'entreprise, tout en gagnant en efficacité et en autonomie.

Programme de la formation

Demi-Journée 1 (3h30)

Introduction, Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H) – **Comprendre la puissance du visuel dans la communication d'entreprise**
Pose les bases stratégiques de la communication visuelle en entreprise. Il permet de comprendre l'impact du design sur la perception de la marque et d'aligner messages, valeurs et image. Introduction aux fondamentaux du design appliqués aux supports corporate.

Module 2 (2H30) - Le concept de Canva & les bénéfices pour les équipes et la marque
Introduction à Canva et pourquoi cet outil est devenu incontournable pour les indépendants. On aborde le rôle de la qualité visuelle dans la crédibilité et la cohérence de la marque.

Demi-Journée 2 (4h00)

Module 3 (2H30) - Découvrir Canva & L'espace projet
Approfondissement de l'interface Canva : tableaux de bord, templates, filtres avancés et recherche stratégique. Apprendre à sélectionner des modèles adaptés à l'image de marque et aux objectifs de communication.

Module 4 (1H30) - Création de visuels professionnels sur Canva Maîtrise des éléments graphiques : formes, couleurs, images, typographies et animations. Mise en application des règles de hiérarchie, lisibilité et cohérence visuelle.
Exercice : Création d'un visuel corporate aligné à la charte de l'entreprise.

Demi-Journée 3 (4h00)

Module 5 (1H30) - Organiser ses projets et collaborer efficacement
Structurer efficacement l'espace Canva : dossiers, projets, bibliothèques, gestion des médias et calques. Objectif : faciliter la collaboration et garantir une production fluide au sein des équipes. Astuces de recherche, filtres, raccourcis
Export selon les supports (print, web, animation)

Module 6 (2h30) - Mise en cohérence finale & templates d'entreprise
Création de templates réutilisables pour garantir une communication homogène dans le temps. Vérification globale de la cohérence visuelle et structuration d'un mini kit de communication interne.

Demi-Journée 4 (3h00)

Module 7 (2H) – Finaliser et professionnaliser ses supports
Vérification des supports créés. Ajuster la hiérarchie, les marges et la lisibilité
Vérifier la cohérence de l'ensemble (charte, couleurs, typographies). Intégrer les fichiers dans un mini "kit de communication"

Module 8 (1H) – Débrief final & plan d'action

Temps d'échange collectif pour analyser les productions réalisées, partager les retours et répondre aux dernières questions. Mise en place d'un plan d'action concret pour la suite : organisation des templates, bonnes pratiques internes et priorités de production visuelle.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Création d'un **kit de supports Canva** aligné à l'identité de l'entreprise
Validation de la cohérence graphique et des usages
Débrief collectif avec recommandations professionnelles

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques illustrés d'exemples concrets
- Démonstrations en direct sur Canva
- Ateliers pratiques personnalisés
- Accompagnement individualisé
- Checklists, templates et supports PDF fournis

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.
Coaching individuel ou équipe (1h à 4h) : Ajuster ou renforcer sa communication
Option programme (2h30) : Création de vidéo sur Canva / retouche vidéo
Audit de l'identité visuelle existante
Création ou optimisation du Brand Kit Canva
Refonte d'un support clé post-formation

TARIF

Possibilité de financement jusqu'à 100%

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
XXXX	6	2	**SUR DEMANDE**
			Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI) *Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter*

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Alice

/Formatrice & Direction Artistique

Intervenante en stratégie et communication visuelle, je transmets ma passion depuis 2021 auprès d'étudiants et de professionnels. J'enseigne l'utilisation des outils créatifs, les fondamentaux de l'image de marque, ainsi que des approches stratégiques en communication.

Formatrice expérimentée
Diplôme : MASTER II / CONCEPTEUR DESIGNEUR GRAPHISTE (2014)
Directrice Artistique Graphiste : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Rocket School ESG LIVEMENTOR ESTC SCHOOL OF MANAGEMENT eni PIGIER

LA COLLAB ACADEMY

II-Parcours numérique responsable

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Numérique responsable />

INFOS CLÉS /Formation courte non-certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation numérique responsable

Cette formation vous apprendra à prendre en main le sujet du numérique responsable et le déployer au sein de votre organisation.

Formation indispensable avant toute formation métier.

Objectifs de la formation numérique responsable

- Appréhender et expliquer les enjeux e les impacts du Numérique
- Lister les lois et réglementations du secteur, normes et labels
- Déployer un projet numérique responsable
- Identifier les axes stratégiques, référentiels et outils
- Préparer le certificat de connaissances de l'INR – Université de la Rochelle

Programme de la formation numérique responsable

Demi journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 : État des lieux de notre planète, du climat aux impacts du numérique

1. Présentation du contexte mondial actuel et mesures globales
ATELIER 1 : mesure locale
2. Enjeux et indicateurs du numérique
3. Principaux impacts du numérique

Demi-journée 2 (3H30)

3bis. Principaux impacts du numérique (suite)

ATELIER 2 : cycle de vie simplifié

Module 2 : Lois et réglementations

1. De la RSE au numérique responsable

2. Cadre législatif et réglementaire, international, européen et français

3. Normes et labels

Demi-journée 3 (3H30)

Module 3 : Méthodologie projet Numérique Responsable

1. Champs d'application
ATELIER 3 : convaincre pour agir (clients décideurs, financiers…)
2. Axes stratégiques
3. Étapes d'un projet Numérique Responsable et ACV

Demi-journée 4 (3H30)

Module 3 : Analyser un écosystème numérique

1. Les logiciels et services numériques responsables : conception responsable de services numériques, référentiels et outils
ATELIER 4 : Mini audit site internet
2. Postes de travail
3. Systèmes d'impression
4. Datacenter et data responsable
Débriefing formation

Ressources utiles : acteurs NR, bibliographie, documentaires, MOOC, événements, jeux de sensibilisations…

Révisions collectives : certificat de connaissances (non obligatoire) de l'Institut du Numérique Responsable – Université de la Rochelle (Inscription au passage dans le mois suivant)

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie

/Consultante & formatrice en numérique responsable - PollenR

Co-fondatrice du Collectif GOODIT! Occitanie

Formatrice expérimentée

Fonction chef de projet web et responsable webmarketing : 9 ans
Expérience en numérique responsable : 5 ans
Expérience formation professionnelle : 5 ans
Formatrice référente et experte reconnue pour l'Institut du Numérique Responsable
Accompagnatrice à la labellisation Numérique Responsable – Agence Lucie

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Le RGPD pour les métiers du marketing />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation RGPD

Cette formation de 10 modules a pour but de vous donner les clés de compréhension du Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), de vous permettre d'intégrer les obligations dans vos pratiques marketing quotidiennes et de transformer le RGPD en atout concurrentiel pour vous et vos clients.

Objectifs de la formation RGPD

- Appréhender et maîtriser les notions essentielles du RGPD
- Définir des enjeux pour les métiers du marketing
- Acquérir les bon réflexes au quotidien pour une démarches *RGPD friendly*
- Mettre en oeuvre les bonnes pratiques pour vous et vos clients
- Faire du RGPD une force et un atout concurrentiel

Programme de la formation RGPD

Demi-journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table (30 min)

Module 1 (30 mn) - Introduction et présentation du RGPD
Qu'est ce que le RGPD ? Quels sont les enjeux, contraintes et opportunités de ce texte ?

Module 2 (1H30) - Connaître les notions clés et les acteurs
Comprendre ce qu'est : une donnée à caractère personnel, un traitement, un responsable de traitement, un sous-traitant, la personne concernée, un DPO… Quelle responsabilité pour chacun des acteurs ? Comment déterminer le statut de RT et de ST.
Quizz : test des connaissances

Module 3 (1H) - Connaître l'autorité de contrôle et les mécanismes de sanctions
Comprendre le fonctionnement de la CNIL, son rôle et ses attributs. Connaître les procédures et les risques de sanctions. Exemples et chiffres.
Atelier : conformité, par quoi commencer ?

Demi-journée 2 (3H30)

Module 4 (2H) - Les grands principes du RGPD pour une démarche *RGPD friendly*
Connaître les grands principes du RGPD et savoir les appliquer : accountability, privacy by design, privacy by default, information, transparence, minimisation, sécurité, registre, etc. Acquérir les bons réflexes dès le début d'un projet.

Module 5 (1H30) - Maîtriser les droits des personnes concernées
Acquérir les notions sur les droits des personnes : droit d'accès, droit d'opposition, droit de suppression, de limitation etc. Comment mettre en place une procédure de gestion des droits.
Quizz : test des connaissances

Demi-journée 3 (3H30)

Module 6 (1H45) : savoir informer les personnes
Qu'est-ce-que l'information des personnes ? Pourquoi est-elle cruciale ? Comment peut-elle participer à renforcer la confiance des utilisateurs ? Connaître et savoir intégrer les différents niveaux d'information (mentions d'information, politique de confidentialité…). Les *best-practices* à mettre en place sur un site internet/application mobile..

Module 7 (1H45) - faire de la prospection commerciale à l'heure du RGPD
Les règles applicables à la prospection BtoC et BtoB. Comment obtenir un consentement valide ? Qu'est-ce-que le droit d'opposition des personnes ? La méthode de l'opt-in est-elle obligatoire ?
Cas pratique : la mise en conformité d'une landing page ou site d'e-commerce

Demi-journée 4 (3H30)

Module 8 (1H30) - Bien gérer sa base CRM : les bonnes pratiques à adopter
Comment acquérir et gérer sa base de données clients tout en respectant les principes du RGPD ? Comment bien choisir son prestataire ?

Module 9 (1H30) - Être *compliant* en utilisant des cookies et traceurs
Les différents types de cookies. Comprendre la position de la CNIL à ce sujet. Faut-il toujours obtenir un consentement ? Comment bien délivrer l'information aux personnes. Le cas de Google Analytics.

Module 10 (30 min) - Le profilage : do et don't
Qu'est ce que le profilage ? Qu'est-il possible de faire ? Que faut-il éviter ?

Tour de table de fin de formation.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Stéphanie
/Formatrice

Avocate au barreau de Marseille depuis plus de 15 ans.
J'assiste mes clients dans le cadre d'audit RGPD, de rédaction d'acte tel que les politiques de confidentialité, cookies et les DPA (négociation et rédaction).
Mon objectif est de faire du RGPD un véritable atout business pour mes clients et ne pas réduire le RGPD à une contrainte et des sanctions possibles.

Formatrice expérimentée

Diplômes : CAPA (certificat d'aptitude à la profession d'avocat), master 2 en droit des affaires et Master 2 en droit immatériel de l'entreprise et des nouvelles technologies; certificat de médiateur.
Certification : certificat de spécialisation en droit de la Propriété Intellectuelle - Certificat de spécialisation en droit des nouvelles technologies, de l'Informatique et de la Communication. Consultante agréée auprès de l'INPI pour effectuer des prédiagnostics (Booster PI) et des master class PI.
Expérience avocat dans les données personnelles : 15 ans.

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : éco-conception, web & accessibilité >

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : Débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation éco-conception

Vous comprendrez avec cette formation la démarche du numérique responsable. Vous intégrerez les concepts fondamentaux de l'éco conception de sites web et de l'accessibilité numérique au sein de vos projets pour améliorer leur impact.

Objectifs de la formation éco-conception

- Appréhender les fondamentaux et les enjeux
- Identifier et mettre en place les bonnes pratiques et une démarche d'optimisation
- Intégrer les étapes clés et les outils.
- S'approprier les grands principes de l'accessibilité numérique
- S'ouvrir et comprendre les notions d'inclusive design (ou design inclusif ou encore conception universelle)

Programme de la formation éco-conception

Demi-journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (45 min) - Les grands principes de l' éco-conception.
Pourquoi réduire l'impact environnemental du web ? Panorama de l'empreinte environnementale du web et de ses impacts

Module 2 (45 min) - Enjeux et bénéfices
Quels sont les enjeux et les bénéfices à avoir un site éco conçu & accessible ? Entre performance et efficience ? Quels sont les indicateurs à prendre en compte ?

Module 3 (2h) - WORKSHOP : "Etat des lieux de ton impact & leviers d'optimisation"
A partir d'un site web, d'un projet concret, j'identifie mon impact environnemental et je découvre les outils de suivi, les indicateurs à suivre ainsi que les leviers d'optimisation

Demi-journée 2 (3H30)

Module 4 (1H00) - Établir sa démarche d'éco conception : L'importance des spécifications
1er étape dans la démarche de réalisation d'un site web eco-conçu : les spécifications. Les étapes clés & bonnes pratiques

Module 5 (2H30) - Établir sa démarche d'éco conception : La conception de A à Z
2eme étape dans la démarche de réalisation d'un site web eco-conçu : la conception (front et back office)
Les étapes clés & bonnes pratiques

Demi-journée 3 (3H)

Module 6 (45 min) - Établir sa démarche d'éco-conception : Zoom sur l'optimisation des contenus, médias, images…
Images, emails, utilisation et optimisation des médias; boîte à outils pour simplifier les compression

Module 7 (30min) - Hébergement et maintenance
Choisir et comprendre les enjeux des hébergeurs. Détecter le "greenwashing"

Module 8 (1h45) - WORKSHOP - Analyse du parcours utilisateur d'un site et de son impact environnemental. Les leviers d'améliorations.
Check list des bonnes pratiques

Demi-journée 4 (3H30)

Module 9 (1H) - Accessibilité : les grands principes
Accessibilité numérique, les grands principes et les chiffres clés.

Module 10 (1h30) - WORKSHOP
Adopter les bons réflexes pour inclure tous les contextes d'usages. Découvrir les enjeux et organiser un plan d'action concret

Module 11 (1h) - RESSOURCES
Révisions, ressources utiles.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Céline
/Formatrice

Freelance spécialisée en création de sites web, e-shop, j'accompagne aussi les entreprises dans leur développement et leur présence digitale.

Je suis très engagée pour un marketing digital responsable, éthique et inclusif.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Licence Gestion de Projets & Stratégie Digitale
Fonction Responsable Agence Web (création sites internet) : 5 ans
Fonction chef de projet webmarketing : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 5 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

SURAVENIR ASSURANCES
UNE FILIALE DU Crédit Mutuel ARKEA

iAdvize

LA COLLAB ACADEMY

III-Parcours E-Commerce

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : E-commerce : Les fondations Business />

INFOS CLÉS /Formation courte non-certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription ; 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Distanciel via Zoom

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation e-commerce & business

Débuter en e-commerce

Pour établir une stratégie digitale complète, cette formation de deux jours propose une approche précise point par point des différents aspects de la gestion d'une plateforme e-commerce. Nos modules, encadrés par une consultante experte intervenant pour plusieurs entreprises, mêlent théorie et mise en pratique pour transmettre des connaissances à la hauteur de vos ambitions commerciales.

Objectifs de la formation e-commerce & business

- Appréhender les standards du marché et les choix à opérer en e-commerce
- Construire son plan d'action (définir les grandes lignes de sa stratégie e-commerce)
- Évaluer les ressources nécessaires pour se lancer avec succès dans le e-commerce

Programme de la formation e-commerce & business

Demi journée 1 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 1- Analyser son écosystème webmarketing

-Evolution de l'expérience d'achat : parcours client 2022, usage mobiles et assistant vocaux, facilité d'achat, réalité augmentée, comparaison des prix, disponibilité des produits, modes de règlement, condition de livraison et suivi, facilité de retour…

-Tendances : achats responsables (préoccupations environnementales et éthiques, seconde main…), modèle d'accompagnement.

-Savoir positionner son offre produits/services et analyser la concurrence locale et en ligne

Demi-journée 2 (3H30)

Module 2 - Définir les grandes lignes de la stratégie commerciale

-Identifier et comprendre les différents canaux de vente de e-commerce et leurs contraintes pour sélectionner les circuits adéquats

-Identifier et comprendre les différents modes opératoires des réseaux de vente (Direct, Drop-shipping, Fulfilment ...)

-Organiser la logistique adaptées aux attentes des clients : transporteurs, stocks et expéditions, solutions informatiques, service client

Demi-journée 3 (3H30)

Module 3 - Construire son plan de communication

-Identifier les ressources et médias adéquats pour promouvoir l'offre auprès des cibles visées (Visibilité sur Google, Inbound)

-Marketing, stratégie réseaux sociaux et fonctions publicitaires, publicité en ligne et stratégie d'influence.

Demi-journée 4 (3H30)

Module 4 - Construire un plan d'action réaliste

-Définir les objectifs et paliers quantitatifs (volume de commandes, CA, marge...) et qualitatifs (incluant les mesures de la satisfaction client) de la stratégie commerciale sur internet

-Construire le plan d'action (feuille de route et étapes à prévoir)

-Construire la stratégie de communication et les budgets publicitaires

-Evaluer les investissements humains et financiers (prévoir les compétences à intégrer à l'entreprise et/ou les formations à dispenser : logistique, marketing, commerciale, informatique)

-Mettre en place les indicateurs clés pour mesurer le retour sur investissement

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Claire
/Formatrice

J'ai toujours été passionné par les synergies et les synergies interculturelles plus particulièrement. Ainsi, l'échange et l'intelligence collective est primordial pour moi, ce qui m'a tout de suite orienté vers la formation. Je m'épanouis dans le partage de compétences depuis plus de 2 ans maintenant.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en management international
Expérience formation professionnelle : depuis 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : E-commerce & stratégie digitale />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 42h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 6-8

Description de la formation e-commerce

E-commerce concevoir et mettre en oeuvre sa stratégie digitale
Pour établir une stratégie digitale complète, cette formation de 6 jours propose une approche globale et concrète de votre écosystème pour répondre à vos objectifs business. Nos modules, encadrés par des consultants experts intervenants pour plusieurs entreprises, mêlent théorie et mise en pratique pour transmettre des connaissances à la hauteur de vos ambitions commerciales.

Objectifs de la formation e-commerce

- Établir sa stratégie e-commerce : analyse des cibles et de leurs besoins, définition des canaux d'acquisition ROI, définition des contenus, KPIS.
- Appréhender le tunnel de conversion et panorama des actions
- Mise en place concrète des actions préconisées

Programme de la formation e-commerce

Journée 1 (7H)
Écosystème & positionnement

Ice breaker et tour de table

Module 1 (3H30) - Analyser son écosystème digital
Analyse de l'écosystème digital (secteur) et concurrentiel, marque et produit afin de déterminer les contenus/produits à forte VA et les futurs positionnements à adopter.

Module 2 (3H30) - Dégager des axes stratégiques / de niche pour son projet

- Définition de son avatar et des messages à adopter
- Définition des canaux et la stratégie par canal

Journée 2 (7H)
Stratégie digitale Globale

Module 3 (3H30) - Définir une stratégie d'acquisition organique

- Définition de la stratégie SEO
- Choix des mots-clés
- Choix ou révision de la structure du site
- Aide à l'optimisation des fiches produits
- Définition des contenus annexes pour se positionner sur des mots-clés à forte valeur ajoutée

Module 4 (3H30) - Définir une stratégie d'acquisition payante

En fonction des canaux présélectionnés, nous établirons une stratégie d'acquisition payante globale basée sur le recueil des besoins publicitaires, un plan média, la définition des coûts et la rentabilité du projet.

Analyse des résultats des canaux et KPIS

Journée 3 (7H)
Stratégie emailing acquisition, conversion & fidélisation

Module 5 (3H30) - Définir une stratégie emailing en fonction du tunnel de conversion
Définition de la stratégie, fréquence, séquences d'automation, messaging, outils et KPIS.

Module 6 (3H30) - Création des templates & séquences
Bonnes pratiques, création de premiers emailings et séquences dans l'outil sélectionné

Journée 4 (7H)
Mise en place de la stratégie d'acquisition payante

Module 7 (3H30) - Mettre en oeuvre son plan de campagnes d'acquisition payante sur un canal
Apprendre à concevoir et programmer des campagnes en fonction des canaux sélectionnés (Google Ads/Social Ads…)Suivi des bons indicateurs de performance des campagnes.

Module 8 (3H30) - Le module 2 est la continuité du premier avec un autre canal à maîtriser.

Journée 5 (7H)
Stratégie Social Media

Module 9 (3H30) - Définir sa stratégie sur les réseaux sociaux
Choisir ses canaux en fonction de son business et la stratégie à adopter sur ces derniers.
Définition de la ligne éditoriale sur ces canaux.

Module 10 (3H30) - Mettre en oeuvre son plan d'actions sur les réseaux sociaux
Créer son planning éditorial, concevoir et programmer ses actions sur les réseaux sociaux : outils, fréquences, messaging, KPIS.

Journée 6 (7H)
Succès du projet

Module 11 (3H30) Coordination & méthodologie projet
Coordination des équipes et parti prenantes : mise en place, organisation et suivi (outils)

Module 12 (3H30) - Suivre les actions mises en place : reporting & dashboarding
Mise en forme des KPIs, analyse et mise en place des actions futures basées sur l'analyse..

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Lucie
/Formatrice

Consultante en marketing digital, j'accompagne les acteurs B2B et B2C dans la définition et la mise en oeuvre de leur stratégie digitale afin d'acquérir et de fidéliser leurs clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing & Ventes - UM1 Montpellier (2012)
Fonction Consultante Marketing : 7 ans
Expérience formation professionnelle : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Shell, allurion, bulthaup, SOLVAY, TEDDY SMITH, cenareo

Natacha
/Formatrice

Avec près de 10 ans d'expériences en start-ups, agences et Maison de luxe, j'accompagne aujourd'hui les lancements de projets digitaux.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing & Ventes - Grenoble Ecole de Management (2012)
Fonction Consultante Gestion de projet digitaux : 10 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Christofle PARIS, GUERLAIN, ONE, Van Cleef & Arpels, CHANEL

< Formation : Site e-commerce avec Shopify />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Distanciel via Zoom

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 3

Description de la formation Shopify

Créer son site e-commerce sur Shopify

Pour découvrir l'univers de Shopify et ses bas-fonds ! Cette formation de 3 demi-journées propose une approche sur-mesure de la gestion de votre boutique Shopify pour répondre à vos besoins d'autonomie et de compréhension de son univers. Nos modules, encadrés par une développeuse Shopify, mêlent théorie et mise en pratique afin de vous rendre totalement autonome dans la gestion de votre boutique en ligne.

Objectifs de la formation Shopify

- Gérer son site e-commerce (Shopify) et comprendre les paramètres principaux (back-office)
- Personnaliser son site
- Appréhender l'app store de Shopify
- Gérer son catalogue produits
- Créer des produits et les modifier
- Gérer son blog et ses articles
- Gérer ses différentes pages

Programme de la formation Shopify

Demi-journée 1 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 1 – Prise en main de la plateforme
- Introduction à Shopify et l'univers e-commerce
- Découverte de l'admin
- Compréhension du back-office et de ses possibilités
- Compréhension des différents paramètres (livraisons, paiement…)
- Découverte de la partie : Boutique en ligne (navigation, blog, préférences)
- Compréhension et découverte des différents thèmes possibles
- Compréhension de la structure (template, sections)
- Découverte d'applications utiles

Demi-journée 2 (3H30)

Module 2 – Personnalisation de la boutique
- Découverte du module de personnalisation
- Paramétrage du thème
- Créer son wireframe
- Découverte des différentes sections
- Découverte des différentes pages personnalisables
- Création de template
- Découverte d'applications utiles

Demi-journée 3 (3H30)

Module 3 – Gestion de son contenu
- Création de produit
- Gestion du catalogue produits
- Création de la page produit
- Introduction à l'UX
- Découverte d'applications utiles

Demi-journée 4 (3H30)

Module 4 – Gestion de son contenu
- Création du blog et d'articles
- Gestion
- Création de la page de blog
- Introduction au SEO
- Découverte d'applications utiles

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Claire
/Formatrice

Je suis diplômée d'une école de commerce et ai débuté ma carrière professionnelle en tant que commerciale dans la grande distribution ! Je me suis ensuite lancée dans une aventure entrepreneuriale en créant une marque de petits pots pour enfants bios, végétaux et français.
Lors de cette expérience, j'ai eu un déclic, j'ai eu envie de me former au développement web en suivant le bootcamp du Wagon.

L'objectif ? Approfondir mes connaissances techniques pour accompagner des projets à impact dans le développement de leur
site internet e-commerce sur Shopify

Formatrice expérimentée

Diplômes : École de commerce

Références Formation initiale et professionnelle :

Black idol
umaï
La Fabrique d'Alix
LA BELLE boucle

< MASTERCLASS/>
Thème : Fidéliser ses clients en e-commerce : comment faire ?

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : E-commerçants / Dirigeants de marques digitales / Responsables e-commerce / Responsables marketing & expérience client

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender lles piliers d'une expérience client réussie en e-commerce
  Identifier et corriger les irritants
- Gérer efficacement les insatisfactions
- Mettre en place des indicateurs de fidélisation : NPS, suivi des litiges, avis produits, avis publics et automatisation des feedbacks

Objectif de la Masterclass

- Cartographier son parcours client et détecter les points de friction
- Mettre en place des actions concrètes pour améliorer la satisfaction et la fidélisation
- Structurer un système de collecte et d'analyse des feedbacks clients
- Transformer l'expérience client en levier de réachat, recommandation et croissance

< Acquérir un nouveau client coûte 5 à 7 fois plus cher que de fidéliser un client existant. Source : Harvard Business Review />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

< MASTERCLASS />
Thème : Abandons de panier, comment les récupérer ?

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : E-commerçants / Dirigeants de marques digitales / Responsables e-commerce / Responsables marketing & expérience client

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender les causes des abandons de panier
- Mettre en place une stratégie d'emailing efficace
- Activer le retargeting publicitaire (Meta / Google) pour recibler les visiteurs chauds
- Travailler la source du problème : optimiser son tunnel de conversion pour réduire durablement les abandons

Objectif de la Masterclass

- Identifier les principales causes d'abandon sur son site
- Mettre en place une séquence de relance performante (emails + retargeting)
- Structurer une stratégie de récupération rentable et mesurable
- Améliorer durablement son taux de conversion et la rentabilité de son trafic

< Le taux moyen d'abandon de panier en e-commerce est d'environ 70 %. Source : Baymard Institute (2023) />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

LA COLLAB ACADEMY

IV-parcours réseaux sociaux

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Facebook pour une marque />

INFOS CLÉS /formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Prérequis : Aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi
Avoir un compte personnel actif et maîtriser son utilisation (la page pourra être créée durant la formation

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation Facebook

Développer un compte facebook pour une marque et l'animer de manière stratégique
Pour entretenir et renforcer vos relation de proximité avec vos clients, il est désormais indispensable d'orienter l'activité webmarketing de votre marque vers les réseaux sociaux, en y développant un discours de marque porteur et ciblé. Facebook reste le réseau social qui enregistre le plus de connexions par jour et par mois. Cette formation vous initie ainsi à la création et personnalisation d'une page Facebook professionnelle, à l'animation de la page selon ses objectifs et ses cibles tout en appliquant les bonnes pratiques et à l'évaluation des résultats de ses actions.

Objectifs de la formation Facebook

- Appréhender les enjeux et les principes d'efficacité des réseaux sociaux
- Construire une stratégie marketing performante sur les réseaux sociaux
- Création et personnalisation d'une page Facebook
- Construire une relation avec sa communauté et établir une stratégie d'engagement
- Mesurer la performance de sa page
- Prévenir et anticiper les crises (bad buzz)

Programme de la formation Facebook

Journée 1 (7H) :
Etablir une stratégie ligne éditoriale sur facebook

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Établir une stratégie digitale en accord avec sa cible, ses objectifs et son budget afin de pouvoir suivre l'efficacité des actions mises en place
Audit des supports existants
Fixer le cadre stratégique (objectifs qualitatifs, objectifs quantitatifs, cibles de communication et positionnement / partis pris créatifs)

Module 2 Analyser les tendances et la stratégie des concurrents pour créer un plan d'actions différenciant et impactant
Benchmark des concurrents directs et indirects
Analyse des tendances du secteurs d'activités

Module 3 - Créer une ligne éditoriale :
Savoir quel contenu créer pour son activité, comment le créer et comment le diffuser
L'homogénéité des contenus, et l'importance de la ligne éditoriale avec définition du :

- ton à adopter
- rubriques à créer
- thématiques à aborder
- moodboard pour s'inspirer
- mots interdits
- hashtags à utiliser

La création de contenu web :
- Détection des sujets (veille social media)
- Réflexion sur la fréquence, le format des publications pour chacune des rubriques

Identification des relais de croissance sur Instagram : influenceurs *(dans la continuité de la formation influenceurs)*
Analyse des tendances du secteurs d'activités

Journée 2 (7H) :
Optimiser sa modération pour engager et fidéliser sa communauté

Module 4 - Échanger avec les internautes
Modérer les commentaires sur les réseaux sociaux : Instagram
Modérer les messages privés sur Instagram
L'UGC : l'User Generated Content pour échanger, créer du lien
Faire sa veille sur les réseaux sociaux

Module 5 - FAQ de modération
Créer votre FAQ de modération pour créer des réponses stratégiques avec des éléments de langage bien défini

Module 6 - Analyser et optimiser vos performances
Comprendre quels indicateurs clés analyser
Créer une structure de reporting pour suivre et optimiser vos résultats tous les mois

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Claire
/Formatrice

J'ai toujours été passionné par les synergies et les synergies interculturelles plus particulièrement. Ainsi, l' échange et l'intelligence collective est primordial pour moi, ce qui m'a tout de suite orienté vers la formation. Je m'épanouis dans le partage de compétences depuis plus de 2 ans maintenant.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en management international
Expérience formation professionnelle : depuis 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Formatrice

Claire
/Formatrice

J'ai toujours été passionné par les synergies et les synergies interculturelles plus particulièrement. Ainsi, l'échange et l'intelligence collective est primordial pour moi, ce qui m'a tout de suite orienté vers la formation. Je m'épanouis dans le partage de compétences depuis plus de 2 ans maintenant.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en management international
Expérience formation professionnelle : depuis 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Théo
/Formateur

Ne faites pas du digital pour faire du digital, faites en un atout pour **développer** votre **image** et votre **business** !
Mon point fort ? Imaginer & créer du contenu créatif, différenciant et cohérent pour accompagner votre story-telling.
Créons ensemble une stratégie qui vous ressemble, à la fois efficace et adaptée pour remplir vos objectifs qualitatifs et quantitatifs !

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en communication digitale
Expérience formation : Depuis 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation Branding />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 2 jours **-** 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation Branding

Construire une image de marque forte pour développer son business
Comment créer une image de marque forte, unique et désirable, point de départ d'une relation solide et durable avec votre public cible ?
Les modules de cette formation vous apportent une approche stratégique et pratique pour structurer votre stratégie de développement de votre marque.
Soyez remarquables, démarquez-vous!

Objectifs de la formation Branding

- Analyser les enjeux stratégiques d'une identité de marque et de son incarnation dans un monde digitalisé
- Construire son identité de marque : conception de la plateforme de marque, identité visuelle et charte graphique
- Bâtir son image de marque et développer son storytelling au travers d'une stratégie de communication 360
- Intégrer le branding à la croissance commerciale de l'entreprise

< Formation Branding />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 2 jours **-** 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation Branding

Construire une image de marque forte pour développer son business
Comment créer une image de marque forte, unique et désirable, point de départ d'une relation solide et durable avec votre public cible ?
Les modules de cette formation vous apportent une approche stratégique et pratique pour structurer votre stratégie de développement de votre marque.
Soyez remarquables, démarquez-vous!

Objectifs de la formation Branding

- Analyser les enjeux stratégiques d'une identité de marque et de son incarnation dans un monde digitalisé
- Construire son identité de marque : conception de la plateforme de marque, identité visuelle et charte graphique
- Bâtir son image de marque et développer son storytelling au travers d'une stratégie de communication 360
- Intégrer le branding à la croissance commerciale de l'entreprise

Programme de la formation Branding

Demi-journée 1 (3h30) : développer un univers de marque singulier et cohérent
Ice breaker et tour de table

Module 1 - Placer sa marque au cœur du business model

- Rôles, grands principes, évolutions : s'approprier les enjeux du phénomène de marque
- Expérience, émotion, désirabilité : construire son univers de marque

Module 2 - Définir sa stratégie Branding et ses objectifs

- Définir des objectifs de branding selon la méthodologie SMART
- Établir son positionnement et construire une proposition de valeur différenciant au regard du marché et des attentes consommateurs
- Projeter son buyer persona

Atelier -
Les participants définissent un positionnement de marque et une proposition de valeurs en réalisant un travail approfondi sur les éléments de différenciation de leur marque et une étude de leur buyer persona.

Demi-journée 2 (3h30)

Module 3 - Construire sa plateforme de marque

- Formaliser la vision de son entreprise pour révéler la raison d'être et la mission de sa marque.
- Faire émerger les fondamentaux de sa marque.
- Formuler une promesse réelle et exclusive pour s'engager auprès de ses clients.

Module 4 -Traduire l'essence de la marque en identité visuelle

- Recherche et création naming, slogan
- Créer son identité de marque
- Recherche et identité visuelle
- Charte graphique & digitale : enjeux et méthodologie

Demi-journée 3 (3h30) : déployer sa stratégie branding et augmenter votre pouvoir d'attraction

Module 5 - Comment écrire son storytelling de marque ?

- Approche créative et méthodologique pour créer de la désirabilité et crédibiliser sa marque. -
- Savoir identifier les key messages

Module 6 - Établir sa stratégie de content marketing

- Définir le rôle du Brand content et les objectifs du content marketing pour alimenter sa marque.
- Mettre en place une stratégie éditoriale en 5 étapes et travailler la pertinence des contenus

Atelier -

Les participants identifient les key messages et développent leur storytelling de marque. Conception d'un support stratégique qui met en exergue les éléments clés de la plateforme de marque, les pilliers de communication et les prémices d'une stratégie éditoriale.

Demi-journée 4 (3h30)

Module 7 - Déployer son storytelling en 360

- Décrypter le parcours d'achat de ses clients
- Mise en place d'une stratégie Paid, Owned et Earned
- Établir un budget prévisionnel

Module 8- Faire évoluer sa marque pour préserver sa cohérence

- Monitorer sa brand equity : rester à l'écoute de ses clients et de son environnement pour préserver l'alignement de sa marque.
- Incarner sa marque sur toute sa chaîne de valeur : points de vigilance et bonnes pratiques.
- Maîtriser les spécificités de la communication digitale pour protéger son identité de marque sur le web.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Pauline
/Formatrice branding

Experte de la communication des marques, je vous accompagne dans votre stratégie 360 pour une visibilité globale.
Profil Ex LVMH. J'ai collaboré 10 ans pour de grandes maisons du Luxe : D*ior, Prada, Valentino, Comme des Garçons*… en charge de développer leur notoriété à l'international. Aujourd'hui, je valorise votre singularité. Parce que votre business a besoin d'un univers de marque fort, j'accompagne les entreprise à développer une marque unique, visible et pertinente, qui boostera leur croissance. Construisons ensemble un écosystème de marque singulier et désirable.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Grande Ecole de Commerce (KEDGE) Matser 2 Marketing/Communication
Expérience collaboration avec maisons du Luxe : 10 ans
Expérience formation : 1 an

Références Formation initiale et professionnelle :

KEDGE BUSINESS SCHOOL — ual: central saint mar — LVMH

Cynthia
/Formatrice

Je suis passionnée par les marques et leur pouvoir sur les consommateurs et la société.
Publicitaire dans les grosses agences parisiennes puis chez Samsung et les Laboratoires Pierre Fabre, je vous dévoilerai ma méthodes et des astuces pour faire émerger votre marque et vos produits grâce à une stratégie de branding forte : identifiable, unique et remarquable.
Mon expertise B2B et B2C nous aidera à voir des exemples concrets dans votre industrie et les mettre en application dans votre activité.

Références Formation initiale et professionnelle :

Pierre Fabre — SAMSUNG — TEDx

Formatrices

Crystel
/Formatrice

Quel est l'intérêt de développer le meilleur des produits ou services si personne ne le sait ?

Forte de 15 ans d'expérience en marketing/communication, je mets à profit mon expertise pour des entrepreneurs individuels, des start-ups, des entreprises comme des institutions ou agences de communication.

Aujourd'hui Consultante en Stratégie et Communication 360° et Formatrice, l'humain est au coeur de mes préoccupations tant dans mon approche qu'à travers la pédagogie que je personnalise fonction des besoins et niveaux de connaissances de mes clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 Marketing - ESC ROUEN
Fonction : Double expertise, agences de communication/publicité et entreprises. Conseil - Stratégie et Identité de marque - Responsable communication - Stratégie et Plan de Communication - Directrice de Clientèle - Management d'équipes projet

Références Formation initiale et professionnelle :

depuis 3 ans

Laurence
/Formatrice Marketing Communication

Experte en marketing stratégique et en communication BtoB, j'accompagne les dirigeants, consultants et équipes marketing à clarifier leur positionnement, structurer leur message et développer une présence digitale cohérente et performante. J'aide les organisations à mieux comprendre leurs clients, à rendre leur offre plus lisible et à renforcer l'impact de leur communication, notamment sur LinkedIn.

Master Marketing – Audencia Business School
Enseignante université Lyon 3 en marketing stratégique
Consultante et formatrice en stratégie marketing depuis 15 ans

Formatrice

Gizem SIMON

/PLANNEUSE STRATÉGIQUE

Spécialiste de la marque et du planning stratégique, j'accompagne les agences de communication et les marques nationales dans la construction de stratégies solides et de plateformes engageantes.
Aux côtés des créatifs, je contribue à transformer les insights en campagnes inspirantes et à fort impact.

Convaincue du rôle déterminant d'une stratégie de marque dans la santé d'une entreprise, j'ai développé une méthodologie d'accompagnement en 4 étapes, pensée pour les PME, afin de les aider à structurer et clarifier leur positionnement.
Aujourd'hui, c'est auprès des dirigeants et de leurs équipes que je souhaite partager mon expérience, et leur offrir les outils essentiels du planning stratégique pour piloter leur marque avec cohérence et ambition.

< Formation : Brand Content & Réseaux Sociaux />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation Brand Content

Brand content & réseaux sociaux

Orienter l'activité webmarketing de votre marque vers les réseaux sociaux, en y développant un discours de marque porteur et ciblé. Cette formation vous initie ainsi à la recherche d'une ligne éditoriale précise et orientée vers votre cible, pour vous permettre de créer des contenus innovants et cohérents. Elle vous permettra également de maîtriser toutes les fonctionnalités des réseaux, jusqu'à la publicité. Les modules théoriques sont complétés par une mise en pratique encadrée.

Objectifs de la formation Brand Content

- Appréhender la culture social media, les tendances et les réseaux à prioriser
- Analyser les tendances et la stratégie des concurrents pour créer un plan d'actions différenciant et impactant
- Établir une stratégie social média en accord avec sa cible et ses objectifs
- Optimiser sa modération pour fidéliser et créer du lien avec sa communauté
- Optimiser la diffusion et les résultats de ses contenus (pour les publicités digitales)

Programme de la formation Brand Content

PARTIE 1 : Se fixer des objectifs concrets, comprendre les tendances du marché, et intégrer ses conclusions à sa stratégie sur les réseaux sociaux

Demi-journée 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H) - Culture web & social media
Histoire des réseaux sociaux. Chiffres clés sur les réseaux sociaux en France. Objectifs des principaux réseaux sociaux. (Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Tik Tok, Youtube) Vocabulaire Social Media.

Objectif : comprendre comment choisir ses réseaux sociaux, et quels sont les contenus tendances pour 2024

Quiz : les réseaux sociaux, leur cible et le type de message qui fonctionne

Module 2 (1H30) - Établir une stratégie digitale en accord avec sa cible, ses objectifs et son budget afin de pouvoir suivre l'efficacité des actions mises en place
Audit des supports existants. Fixer le cadre stratégique (objectifs qualitatifs, objectifs quantitatifs, cibles de communication et positionnement / partis pris créatifs). Allouer un budget / temps : comment fixer son budget et comment le répartir ?

Objectif : comprendre et définir les KPI à suivre et les objectifs à atteindre (couverture / notoriété / taux d'engagement)

Démonstration et mise en pratique : se fixer des objectifs SMART et y associer des priorités

Module 3 (1H) - Analyser les tendances et la stratégie des concurrents pour créer un plan d'actions différenciant et impactant
Benchmark des concurrents directs et indirects. Analyse des tendances du secteurs d'activités.

Objectif : acquérir les bonnes pratiques d'une veille efficace sur les réseaux sociaux

Démonstration : comment analyser les tendances d'un secteur, et différencier concurrents directs & indirects

Programme de la formation Brand Content

PARTIE 2 : A partir des objectifs et tendances vu précédemment, définir les éléments clés de sa ligne éditoriale

Demi-journée 2 (3H30)

Module 4 (3H30) - Savoir quel contenu créer pour son activité, comment le créer et comment le diffuser

L'homogénéité des contenus, et l'importance de la ligne éditoriale. La création de contenu web pour nourrir sa stratégie de Brand Content.
Les différents types de contenus et leurs enjeux
La diffusion et le "recyclage" de contenus
Outils utiles pour la création de contenus

Objectif : créer des contenus adaptés à ses objectifs et à son audience, construire leur plan de diffusion

Exercice pratique : à partir de 3 types de contenus,

- *Choisir les plateformes et les modes de diffusion les plus adaptés (marques & audiences différentes)*
- *Imaginer comment réutiliser ces contenus sur d'autres canaux de communication*
- *Partir d'un contenu existant pour l'améliorer et l'adapter aux tendances du marché*

Programme de la formation Brand Content

PARTIE 3 : Optimiser la diffusion et les résultats de ses contenus

Demi-journée 3 (3H30)

Module 5 (30min) - Création/Optimisation des comptes : choisir les bons paramètres
2 réseaux sociaux au choix : Facebook, Instagram en priorité. Explication de différentes rubriques de paramétrages disponibles sur les réseaux sélectionnés, les étapes à ne pas oublier, les bonnes pratiques.

Objectif : apprendre à créer des comptes adaptés à ses objectifs, comprendre l' écosystème Meta, mutualiser sa création de contenu et faire le lien entre ses différentes plateformes

Démonstration : introduction au Facebook Creator Studio

Module 6 (1H30) - Prise en main des réseaux sociaux
2 réseaux sociaux au choix : Facebook, Instagram en priorité

Objectif : comprendre les différents formats sur chaque plateforme, et comment les créer

Exercice pratique : proposition de 2 ou 3 objectifs (simples) = création de contenus adaptés (stories facecam, vidéo, sondage, etc.)

Module 7 (1H30) - Échanger avec les internautes
Modérer les commentaires sur les réseaux sociaux. Interagir, fidéliser et créer du lien avec sa communauté. Faire sa veille sur les réseaux sociaux.

Objectif : comprendre les enjeux du Community Management, anticiper et capitaliser (FAQ, réponses types, tonalité, UGC …)

Exercice pratique : à partir d'exemples, rédiger des réponses adaptées (3 marques au positionnement très différents)

Programme de la formation Brand Content

PARTIE 3 : optimiser la diffusion et les résultats de ses contenus

Demi-journée 4 (3H30)

Module 8 (2H) - Social Ads : être capable de planifier une campagne
Stratégie publicitaire. 1 réseau social au choix : Facebook ADS, Instagram ADS. Différence entre sponsoring et publicités

Objectif : comprendre les différents objectifs de campagnes publicitaires, le rôle des algorithmes et des enchères, réunir les éléments nécessaires au lancement d'une campagne

Exercice pratique et démonstration : exemples de visuels et de wordings à adapter aux publicités, prise en main (rapide) de l'outil Business Manager

Module 9 (1H30) - Analyser les performances et ajuster en fonction des résultats
Présentation des KPI's : signification et moyenne. Analyse des résultats et recommandations d'ajustement.

Objectif : comprendre les différents KPI liés aux campagnes (CPC, CTR, conversions…) les interpréter et aborder les mécanismes d'optimisation selon les résultats

Exercice pratique : décrypter ensemble les résultats de plusieurs campagnes (qui ont bien ou mal performé) et proposer des axes d'optimisation

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Module additionnel IA
IA & RÉSEAUX SOCIAUX (3H30)
Trouver des idées de thèmes et sujets, identifier des tendances pour créer un calendrier et planning éditorial.
Créer des contenus personnalisés et pertinents avec l'IA pour vos publications Instagram et Linkedin : texte + visuel.
Semi-automatiser et programmer ses posts.

Tarifs

Sur demande
Formules INTRA entreprise
Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateurs

Théo
/Formateur

Ne faites pas du digital pour faire du digital, faites en un atout pour développer votre image et votre business !
Mon point fort ? Imaginer & créer du contenu créatif, différenciant et cohérent pour accompagner votre story-telling.
Créons ensemble une stratégie qui vous ressemble, à la fois efficace et adaptée pour remplir vos objectifs qualitatifs et quantitatifs !

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en communication digitale
Expérience formation : Depuis 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Claire
/Formatrice

J'ai toujours été passionné par les synergies et les synergies interculturelles plus particulièrement. Ainsi, l'échange et l'intelligence collective est primordial pour moi, ce qui m'a tout de suite orienté vers la formation. Je m'épanouis dans le partage de compétences depuis plus de 2 ans maintenant.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en management international
Expérience formation professionnelle : depuis 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Mythily
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing Digital & Management de Projets (2012)
Fonction Social Media Strategist, Photographe & Vidéaste culinaire : 12 ans
Expérience formation professionnelle : 5 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Tiktok pour une marque />

INFOS CLÉS /FORMATION COURTE NON CERTIFIANTE

Public visé : Communicant / Marketing manager / Entrepreneur

Durée : 14h

Dates : à définir

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation Tiktok

Développer un compte tiktok pour une marque

Aujourd'hui l'application TikTok est plus téléchargée que Instagram, Facebook et d'autres réseaux sociaux. Découvrez dans cette formation comment l'intégrer dans votre stratégie digitale. Prise en main de l'application, mise en place d'une stratégie, création de publicités… Tous ces points seront abordés au cours de cette formation.

Objectifs de la formation Tiktok

- Prendre en main le réseau social
- Établir sa stratégie pour développer son compte de manière optimisée pour une marque
- Construire et augmenter sa communauté et suivre ses résultats
- Mettre en place des publicités sur la régie publicitaire

Modalité d'évaluation de fin de formation Tiktok

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Théo
/Formateur

Ne faites pas du digital pour faire du digital, faites en un atout pour **développer** votre **image** et votre **business** !
Mon point fort ? Imaginer & créer du contenu créatif, différenciant et cohérent pour accompagner votre story-telling.
Créons ensemble une stratégie qui vous ressemble, à la fois efficace et adaptée pour remplir vos objectifs qualitatifs et quantitatifs !

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en communication digitale
Expérience formation : Depuis 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Le marketing d'influence />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation marketing d'influence

Le marketing d'influence comme atout stratégique pour augmenter la notoriété de sa marque
Comment créer des relations et des partenariats de confiance avec les influenceurs ?
Par des exemples concrets et un cas pratique de co-création de stratégie d'influence, les modules de cette formation vous guident pour créer des synergies positives et permettre à votre business de profiter de la visibilité que peuvent offrir des partenariats de qualité avec des influenceurs.

Objectifs de la formation marketing d'influence

- Appréhender les codes
- Identifier stratégiquement les influenceurs et le type de partenariat pertinent à mettre en place
- Identifier les meilleures techniques et approches pour contacter les influenceurs
- Analyser le retour sur investissement des opérations marketing d'influence

Programme de la formation marketing d'influence

JOURNÉE 1 (7H) :
INTRODUCTION AU MARKETING D'INFLUENCE

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Introduction au marketing d'influence

Le principe du marketing d'influence
Présentation du marketing d'influence

Module 2 - Les différents types de partenariats avec des exemples et leurs analyses

- Les placements de produits
- Les concours
- L'affiliation
- Le code promotionnel
- Les collections capsules
- La coproduction
- L'animation (takeover)
- Les ambassadeurs
- Les avis sur les pages produits

Module 3 - Méthodologie du marketing d'Influence

Comment définir les objectifs à atteindre, préciser les publics à cibler, et identifier les univers pertinents

Atelier -

Identifier les opportunités à mettre en place une stratégie d'Influence au sein de votre entreprise. Mise en pratique de la méthodologie d'approche

Module 4 - Cadrer l'amplitude des opérations

Quelles plateformes activer ?
Les différents formats sur les réseaux sociaux : stories, vidéo, photo, podcast, live, campagnes online et offline

JOURNÉE 2 (7H) :
COMMENT CONSTRUIRE UN PARTENARIAT INFLUENCEUR DE QUALITÉ ?

Module 5 - Quels sont les différents profils d'influenceurs ?

- Les macro influenceurs
- Les micro influenceurs
- Les nano influenceurs
- Les mega influenceurs
- Les influenceurs de TV réalité
- Les personnalités VIP

Module 6 - Quels influenceurs cibler ?

Comment cible-t-on des influenceurs ?
Sur quels critères se baser pour les sélectionner ?
Quels outils utiliser ? Et comment contourner l'illusion des comptes "truqués"?

Module 7 - Comment contacter les influenceurs ?

Comment enclencher les relations avec les influenceurs ?
Comment les faire perdurer ?

Module 8 - Construire des partenariats gagnants/gagnants

Comment rédiger un brief et mettre un place un cahier des charges pour viser les objectifs prévus.

Être influenceur est un vrai métier, doit-on les rémunérer dans ce cas ? Quelle rémunération dédiée aux influenceurs ?

Atelier : Mise en pratique d'une opération de marketing d'Influence au regard des besoins de votre entreprise : ciblage des influenceurs, plan d'action et rédaction du brief

Module 5 - Quel(s) évènement(s) organiser avec les influenceurs ?

Quels types d'événements est-il préférable d'organiser avec les influenceurs ?
Sous quel(s) format(s) ?

Module 6 - Transformer les visiteurs en prospects
Peut-on mesurer le ROI d'une stratégie marketing d'influence ? Comment suivre les retours d'une opération d'influence?

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Pauline
/FORMATRICE BRANDING

Experte de la communication des marques, je vous accompagne dans votre stratégie 360 pour une visibilité globale.
Profil Ex LVMH. J'ai collaboré 10 ans pour de grandes maisons du Luxe : D*ior, Prada, Valentino, Comme des Garçons*… en charge de développer leur notoriété à l'international.
Aujourd'hui, je valorise votre singularité.
Parce que votre business a besoin d'un univers de marque fort, j'accompagne les entreprise à développer une marque unique, visible et pertinente, qui boostera leur croissance.
Construisons ensemble un écosystème de marque singulier et désirable.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Grande Ecole de Commerce (KEDGE) Matser 2 Marketing/Communication
Expérience collaboration avec maisons du Luxe : 10 ans
Expérience formation : 1 an

Références Formation initiale et professionnelle :

KEDGE BUSINESS SCHOOL — ual: central saint mar — LVMH

Claire
/FORMATRICE

J'ai toujours été passionné par les synergies et les synergies interculturelles plus particulièrement. Ainsi, l'échange et l'intelligence collective est primordial pour moi, ce qui m'a tout de suite orienté vers la formation. Je m'épanouis dans le partage de compétences depuis plus de 2 ans maintenant.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en management international
Expérience formation professionnelle : depuis 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Diane du Saillant Agence artistique — La Place des Canailles — bulthaup — www. editions-eres.com — Le Village by CA — Adefpat

< Formation : vidéo courte pour les réseaux sociaux />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Prérequis : Aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / un iphone / application Capcut / connexion WiFi

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation vidéo courte

vidéo courte : maîtrisez les techniques pour capter l'attention sur les reseaux sociaux
Pour se confronter aux défis de la communication digitale, cette formation de 6 modules vous permet de prendre la main sur votre visibilité sur les réseaux sociaux, en mêlant approche théorique et activités pratiques.

Objectifs de la formation vidéo courte

- Intégrer les principes de la vidéo courte à destination des réseaux sociaux
- Capitaliser sur ce format pour accroître sa visibilité, son engagement.
- Développer sa créativité
- Dénicher les nouvelles tendances

Programme de la formation vidéo courte

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (30mins) - Comprendre le format "vidéo courte"
Impact du format dans les usages, décryptages des tendances & de la clé du succès des différents types de vidéos courtes, par réseau.

Module 2 (2h) - Les ingrédients d'une bonne vidéo
Du matériel au montage, tour d'horizon des éléments incontournables pour produire des vidéos irrésistibles, répondant à vos objectifs marketing & communication.

Module 3 (1H) - La créativité en vidéo
S'inspirer, trouver les tendances actuelles, développer sa créativité, se challenger sur différents styles de vidéos. Comprendre les mécanismes créatifs pour produire une vidéo dynamique et attrayante.

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 4 (1H) - Construire ses vidéos (pré-production)
Définir un workflow de pré-production d'un shooting vidéo, de l'accroche au plan de shoot…

Module 5 (1H) - Construire ses vidéos (pré-production)
Principes & éléments incontournables : construire efficacement ses vidéos, tout en exploitant sa créativité.

Module 6 (1H30) - Construire ses vidéos (pré-production)
Atelier de conception & réalisation de la pré-production d'un shooting vidéo.

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 7 (1H30) - Produire ses vidéos (production)
Définition d'un workflow de production pour gagner en efficacité & sérénité lors de vos shootings.

Module 8 (2H) - Produire ses vidéos (production)
Atelier de captations vidéos.

DEMI-JOURNÉE 4 (3h30)

Module 9 (1H) - Monter ses vidéos (post-production)
Définition du workflow en post-production pour gagner en sérénité & bien s'organiser.

Module 10 (1H) - Monter ses vidéos (post-production)
Prise en main de Capcut. Présentation des différents outils

Module 11 (1H30) - Monter ses vidéos (post-production)
Atelier de montage sur Capcut.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate (tournage & montage)
- Support livré en fichier PDF et accès Drive pour les vidéos

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Modules additionnel IA

IA & VIDÉO (3H30)

Panorama, présentation et prise en main d'outils pour générer et traduire des vidéos (Minimax, Runway Gen3, Luma et Klingai)

Tarifs

Sur demande
Formules INTRA entreprise
Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Mythily
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing Digital & Management de Projets (2012)
Fonction Social Media Strategist, Photographe & Vidéaste culinaire : 12 ans
Expérience formation professionnelle : 5 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Formateur

Vincent
/Formateur

Expert en stratégie numérique et production de contenus pour les réseaux sociaux

Références Formation initiale et professionnelle

Diplôme : DUT Information-Communication (2010)
Fonction Community Management, Social Media Management & Vidéaste : 14 ans
Également ex-journaliste
Expérience formation professionnelle : 7 ans

< MASTERCLASS 2H/>
Thème : Optimiser son profil Instagram

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Entrepreneurs / Dirigeants / Responsables social media

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender l les éléments stratégiques du profil Instagram
- Optimiser les éléments clés : nom, photo, bio, lien en bio et proposition de valeur
- Transformer son profil en mini page de conversion (CTA, réassurance, preuves sociales)
- Structurer des stories à la une stratégiques pour guider, rassurer et convertir

Objectif de la Masterclass

- Structurer un profil clair, cohérent et optimisé pour le référencement Instagram
- Clarifier son positionnement et sa proposition de valeur
- Améliorer la conversion via le lien en bio et les appels à l'action
- Mettre en place une organisation stratégique des stories à la une

< Plus de 200 millions d'utilisateurs Instagram visitent au moins un profil professionnel chaque jour. Source : Meta Business />

TARIF

Possibilité de financement auprès de votre OPCO
À définir - au forfait ou par participant

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

LA COLLAB ACADEMY

V-parcours linkedin

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Linkedin & communication />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 12

Description de la formation Linkedin & communication

Communiquer sur linkedin

Pour se confronter aux défis de LinkedIn, cette formation vous permet de prendre la main sur votre visibilité sur cette plateforme professionnelle en mêlant approche théorique et activités pratiques.

Objectifs de la formation Linkedin & communication

- Appréhender les fondamentaux de LinkedIn
- Préparer et publier des contenus pour sa page entreprise et sa page personnelle
- Engager avec la communauté
- Créer des contenus qui émergent
- Suivre des référents et s'en inspirer
- Elargir son réseau et prospecter
- Définir les KPIs de réussite et suivre ces indicateurs

Programme de la formation Linkedin & communication

Journée 1 (7h ou 2 workshops de 3h30)

Ice breaker et tour de table.

- Fondamentaux : Optimisation profil, Personal branding
- Exploration de votre activité LinkedIn et des enjeux associés
- Comment créer et optimiser votre stratégie de contenus (rôle des différents formats, créer du contenu et se faire repérer, quand publier sur LinkedIn, sortez du lot : comment émerger)

Journée 2 (7h ou 2 workshops de 3h30)

- Comment développer votre sphère d'influence, élargir vos opportunités business sur Linkedin, créer ou Intégrer des groupes, créer un événement
- Comment exploiter LinkedIn pour de la prospection commerciale (Sales Navigator, Growth Hacking) Utiliser des outils comme Waalaxy ou Phantombuster
- Comment définir des KPIs, suivre et optimiser ses actions LinkedIn
- Ateliers pratiques
- Comment créer sa routine
- création d'un calendrier éditorial

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Module additionnel IA
IA & RÉSEAUX SOCIAUX (3H30)
Trouver des idées de thèmes et sujets, identifier des tendances pour créer un calendrier et planning éditorial.
Créer des contenus personnalisés et pertinents avec l'IA pour vos publications Instagram et Linkedin : texte + visuel.
Semi-automatiser et programmer ses posts.

Tarifs

Sur demande
Formules INTRA entreprise
Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Cynthia
/Formatrice

Je suis passionnée par les marques et leur pouvoir sur les consommateurs et la société.
Publicitaire dans les grosses agences parisiennes puis chez Samsung et les Laboratoires Pierre Fabre, je vous dévoilerai ma méthodes et des astuces pour faire émerger votre marque et vos produits grâce à une stratégie de branding forte : identifiable, unique et remarquable.
Mon expertise B2B et B2C nous aidera à voir des exemples concrets dans votre industrie et les mettre en application dans votre activité.

Références Formation initiale et professionnelle :

Pierre Fabre · SAMSUNG · TEDx

Sophyline
/Formatrice

Consultante en stratégie webmarketing et projets de communication digitale, j'accompagne les entreprises à impact dans l'élaboration de leur stratégie digitale. Passionné et à l'écoute, j'aime contribuer à la montée en compétences de mes clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Excutive MBA, Stratégies Web Marketing & Projet Communication Digitale
Fonction : Meneur de projet : 6 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

GROUPE SILVYA.TERRADE — Écoles Supérieures de Beauté, Bien-être & Santé · ICADEMIE · FRANCOIS JX IMAGES PHOTO VIDEO · AFDE

Isaure

/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Skema Business School Master Gestion de Projets (2016)
Freelance communication et développement commercial : 9 ans
Expérience formation professionnelle : 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Lhyfe · umanit · Groupe OACA · Respoweb · Entrepreneurs d'avenir

Virginie

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les acteurs à impact désireux d'approfondir leurs connaissances et compétences en stratégie marketing et communication digitale.

Passionnées pédagogue et axée sur les résultats, j'aime contribuer à leur développement professionnel grâce à des exercices pratiques, des cas concrets et des plans d'action réalistes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Publicité et Communication Corporate (INSEEC)
Fonction : Responsable Marketing Digital B2B & Meneur de projet à LaCollab Paris.
Expérience professionnelle : 14 ans
Expérience en formation : 2 ans
Langues : Français + Anglais

Références Formation initiale et professionnelle :

CREACTIFS · Wydden

Laurence

/Formatrice Marketing Communication

Experte en marketing stratégique et en communication BtoB, j'accompagne les dirigeants, consultants et équipes marketing à clarifier leur positionnement, structurer leur message et développer une présence digitale cohérente et performante. J'aide les organisations à mieux comprendre leurs clients, à rendre leur offre plus lisible et à renforcer l'impact de leur communication, notamment sur LinkedIn.

Master Marketing – Audencia Business School
Enseignante université Lyon 3 en marketing stratégique
Consultante et formatrice en stratégie marketing depuis 15 ans

< Formation : Linkedin et personal branding />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation Linkedin personal branding

Linkedin est le réseau social de référence pour les professionnels ! C'est le réseau B2B par excellence. Une plateforme idéale pour générer des leads, augmenter sa visibilité, générer des opportunités business et gagner de nouveaux clients. Avec cette formation, vous aurez toutes les clés en mains pour optimiser et animer de manière stratégique les profils personnels des membres de l'équipe ainsi que le Linkedin de votre entreprise.

Objectifs de la formation Linkedin personal branding

- Appréhender la démarche de Personal Branding
- Optimiser son Personal Branding et son profil personnel
- Déployer la présence de l'entreprise au sein des employés
- Développer son réseau afin de créer de générer des leads qualifiés
- Développer la visibilité de vos produits/services

Programme de la formation Linkedin personal branding

DEMI JOURNÉE 1 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 1 - Comprendre les enjeux et spécificités de la plateforme LinkedIn
- Qu'est-ce que LinkedIn ? Quelle(s) différence(s) dispose t-il par rapport à un autre média ?
- Fonctionnement de l'algorithme
- es étapes clés pour réussir sur LinkedIn

Module 2 - Définir une stratégie : quels objectifs et quelles cibles ?
- Déterminer vos objectifs qualificatifs
- Déterminer vos cibles sur
-Veille et benchmark inspirationnel et concurrentiel
- Identifications de relais de croissance

DEMI JOURNÉE 2 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 3 - Approfondir les connaissances après la mise en pratique
Parcours des profils et des publications créées pour un audit participatif

Module 4 - Atelier pratique : optimisation du profil personnel
Comprendre la notion et l'importance du Personal Branding
Réalisation de son Personal Branding : Golden Circle
Atelier pratique : Optimiser son profil de sorte à ce qu'il vous représente mais parle également à vos cibles

Module 5 -Déployer sa présence LinkedIn au sein des employés de l'entreprise, de son équipe
Déployer sa présence et l'optimisation des profils au sein de l'entreprise pour avoir une visibilité plus impactante

DEMI JOURNÉE 3 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 6 - Optimisation de la page Entreprise
_ S'approprier la stratégie éditoriale à mettre en oeuvre sur LinkedIn
_ Savoir rédiger une publication performante et mesurer son efficacité

Module 7 - Développer sa visibilité sur LinkedIn et construire sa e-réputation

_ Savoir construire un réseau qualitatif et l'entretenir : identifier les cibles de prospection appropriées, prendre contact et répondre aux sollicitations
_ Apprendre à répondre et à engager sa communauté grâce à des conseils sur la modération
_ Comprendre avec qui il est intéressant de se connecter et comment travailler sa stratégie BtoB

Créer des opportunités à partir de son réseau de contacts.

DEMI JOURNÉE 4 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 8 - Comprendre les statistiques pour ajuster sa stratégie
_ Développer ses connaissances sur les indicateurs clés de votre compte
_ Création d'une structure de reporting

Module 9 - atelier questions/réponses pour lever les freins et répondre aux dernières questions !

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Claire
/Formatrice

J'ai toujours été passionné par les synergies et les synergies interculturelles plus particulièrement. Ainsi, l'échange et l'intelligence collective est primordial pour moi, ce qui m'a tout de suite orienté vers la formation. Je m'épanouis dans le partage de compétences depuis plus de 2 ans maintenant.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en management international
Expérience formation professionnelle : depuis 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Célia
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Sciences Po Bordeaux Master Communication (2012)
Fonction chef de projet webmarketing : 8 ans
Expérience formation professionnelle : 8 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Isaure
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Skema Business School Master Gestion de Projets (2016)
Freelance communication et développement commercial : 9 ans
Expérience formation professionnelle : 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Lhyfe · umanit · Groupe OACA · Respoweb · Entrepreneurs d'avenir

Kelly
/Formatrice

Spécialiste en personal branding sur Linkedin, j'interviens en formation, en conseil et en opérationnel auprès des entreprises et des indépendants.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master Marketing (2013)
Fonction : consultante Linkedin et personal branding : 5 ans
Expérience formation professionnelle : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

each one · Campus Connecté Romans · iSEG Lyon · Lyon ynov campus · meetshake · Rise Now

Laurence

/Formatrice Marketing Communication

Experte en marketing stratégique et en communication BtoB, j'accompagne les dirigeants, consultants et équipes marketing à clarifier leur positionnement, structurer leur message et développer une présence digitale cohérente et performante. J'aide les organisations à mieux comprendre leurs clients, à rendre leur offre plus lisible et à renforcer l'impact de leur communication, notamment sur LinkedIn.

Master Marketing – Audencia Business School
Enseignante université Lyon 3 en marketing stratégique
Consultante et formatrice en stratégie marketing depuis 15 ans

< Formation : Linkedin social selling />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 21h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 8 en présentiel, 6 en distanciel

Description de la formation Linkedin social selling

Pour étendre son réseau, multiplier ses prospects, et développer un nouvel axe d'apport de chiffre d'affaire, cette formation sur 7 demi-journées vous permettra de comprendre et mettre en place des campagnes de prospection automatisée sur linkedin, en mêlant théorie, cas pratique, et mise en application sur votre propre compte.

Objectifs de la formation Linkedin social selling

- Trouver ses prospects sur Linkedin
- Appréhender les outils d'automatisation (Sales Navigator, Waalaxy…)
- Construire une campagne automatisée
- Améliorer et entretenir son compte
- Créer une ligne éditoriale, mettre en place du nurturing prospects / clients

Programme de la formation Linkedin social selling

DEMI-JOURNÉE 1 (3H)
Objectifs des campagnes automatisées et pré-requis

Ice breaker et tour de table

Module 1 - « Pourquoi développer des campagnes automatisées »

Développer son réseau, ses partenaires, augmenter sa base de prospects, générer des leads, gain de temps, éviter les tâches répétitives sans valeur ajoutée

Module 2 - « Pré-requis »

Vérifier son profil, suivre les métriques, mise en application

Module 3 - « Liste d'outils »

Sales Navigator, Lusha, Waalaxy, Prospectin, LinkedHelper, Dux Soup, PhantomBuster, Meet Alfred, Octopus CRM, LeadIn, Zopto, WeConnect…

Module 4 - Pièges à éviter

Listes non qualifiées, visibilité du profil, personnalisation / segmentation, temps de réponse trop long

DEMI-JOURNÉE 2 (3H)
Trouver ses prospects et les segmenter en listes »

Module 5 - « Découvrir et utiliser Sales Navigator »

Définir ses objectifs (persona, messaging) Organiser des listes de comptes et de prospects avec les filtres. Mises à jour, recommandations, ajout de prospects

Module 6_ « Sales navigator pour faciliter les interactions et le nurturing »

DEMI-JOURNÉE 3 (3H)
Créer une campagne, la suivre, et l'optimiser avec Waalaxy

Module 7 - « Choisir son scénario »
Revue des différentes actions possibles (visite, demande de connexion, messages), délai, adéquation entre actions et objectifs

Module 8 - « Messaging et CTA »

Rédiger son argumentaire, court et personnalisé. Choisir l'engagement à proposer au prospect.

Module 9 - « Mise en application »

Etude de cas pratique et création d'une campagne pour les participants

DEMI-JOURNÉE 4 (3H)
Suivi de campagne - Entretenir les relations et nurturer ses prospects

Module 10 - « Suivi de campagne et optimisation - Suite »

Analyse des taux de réponses et d'engagement - Réponses aux prospects - Modifications - Relances de campagnes - Retargeting

Module 11 - « Entretenir et nurturer ses prospects »

Le bon message, au bon moment, à la bonne personne : Ligne éditoriale, interactions, bots de boost d'engagement

Programme de la formation Linkedin social selling

DEMI-JOURNÉE 5 (3H)

Créer une stratégie Linkedin Ads efficace

-Identifier sa cible et créer les personas
-Traduire les personas en audience
-Définir ses objectifs qualitatifs et quantitatifs
-Choisir le bon format publicitaire et le bon objectif de campagne
-Définir un budget en fonction de ses objectifs et dans le temps

Slides de présentation et Atelier de co-création

DEMI-JOURNÉE 6 (3H)

Être capable de lancer une Linkedin Ad de manière autonome

-Découverte de la régie Linkedin Ads
-Implémentation de la campagne sur la base de la stratégie
-Création du contenu

Atelier de co-création et de prise en main

DEMI-JOURNÉE 7 (3H)

Module 12 - *« Analyser les performances et ajuster en fonction de des résultats»*

***-**Présentation des KPI's : signification et moyenne*
-Analyse des résultats et recommandations d'ajustement

Slides de présentation et cas pratique

Module 13 - « Aller plus loin dans le suivi et la data Linkedin»

- Revendiquer un site web
- Paramétrer la balise de suivi

Slides de présentation et cas pratique

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateurs

Théo
/Formateur

Ne faites pas du digital pour faire du digital, faites en un atout pour **développer** votre **image** et votre **business** !
Mon point fort ? Imaginer & créer du contenu créatif, différenciant et cohérent pour accompagner votre story-telling.
Créons ensemble une stratégie qui vous ressemble, à la fois efficace et adaptée pour remplir vos objectifs qualitatifs et quantitatifs !

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 en communication digitale
Expérience formation : Depuis 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Virginie
/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les acteurs à impact désireux d'approfondir leurs connaissances et compétences en stratégie marketing et communication digitale.

Passionnées pédagogue et axée sur les résultats, j'aime contribuer à leur développement professionnel grâce à des exercices pratiques, des cas concrets et des plans d'action réalistes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Publicité et Communication Corporate (INSEEC)
Fonction : Responsable Marketing Digital B2B & Meneur de projet à LaCollab Paris.
Expérience professionnelle : 14 ans
Expérience en formation : 2 ans
Langues : Français + Anglais

Références Formation initiale et professionnelle :

CREACTIFS Wydden

< MASTERCLASS/>

Thème : Optimiser son profil LinkedIn pour améliorer son référencement et son taux de conversion

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables marketing & communication / Équipes commerciales

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)
Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender l'algorithme LinkedIn et le fonctionnement du référencement interne.
- Optimiser les éléments stratégiques du profil.
- Transformer son profil en page de conversion
- Construire une stratégie cohérente pour attirer prospects, partenaires ou recruteurs

Objectif de la Masterclass

- Structurer un profil LinkedIn optimisé pour le référencement interne
- Clarifier son positionnement et sa proposition de valeur
- Améliorer son taux de conversion
- Mettre en place une méthode concrète pour rendre son profil plus visible et plus crédible.

< Plus de 930 millions de membres utilisent LinkedIn dans le monde, dont 26 millions en France. Source : LinkedIn />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en ***marketing digital*** *et optimiser leur* ***visibilité en ligne*** *et leur* ***acquisition****.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

< MASTERCLASS/>
Thème : Automatiser sa prospection LinkedIn avec Waalaxy

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables commerciaux / Équipes marketing & business development

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Définir une stratégie de prospection claire.
- Prendre en main Waalaxy : création du compte (version gratuite) et paramétrage essentiel
- Construire sa première liste de prospects qualifiés
- Lancer sa première campagne automatisée et comprendre les bonnes pratiques (séquences, messages, suivi)

Objectif de la Masterclass

- Structurer une stratégie de prospection cohérente et alignée avec son activité
- Maîtriser les bases de l'outil Waalaxy pour automatiser sans spammer
- Lancer une première campagne de prospection performante
- Mettre en place un système simple et duplicable pour générer des opportunités commerciales

< U80 % des leads B2B issus des réseaux sociaux proviennent de LinkedIn.
Source : LinkedIn Business Insights />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

LA COLLAB ACADEMY

VI-Parcours site internet

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Stratégie de création site internet et cahier des charges />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 28h

Dates : à définir

Prérequis : Aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi/ AdobeXD ou Figma

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation site internet et cahier des charges

Cette formation de 4 jours propose une approche globale et concrète pour construire vos cahiers des charges en fonction de votre stratégie. Nos modules, encadrés par des consultants experts intervenants pour plusieurs entreprises, mêlent théorie et mises en pratique pour transmettre des connaissances à la hauteur de vos ambitions commerciales.

Objectifs de la formation site internet et cahier des charges

- Préparer un cahier des charges pour son projet de site internet
- Adapter son cahier des charges à un contexte agile.

Programme de la formation site internet et cahier des charges

JOURNÉE 1 (7H)
Ice breaker et tour de table

Module 1 (3H30) - Outils de base
Hébergement, nom de domaine, extensions, CMS, outils, analyse du trafic

Module 2 (3H30) - Outils marketing
Recherche utilisateurs, personae, veille concurrentielle

JOURNÉE 2 (7H) ***Conception graphique d'un site internet***

Module 3 (3H30) - Architecture et ergonomie d'un site web
Arborescence et conception UX et responsive design

Module 4 (3H30) - Architecture et ergonomie d'un site web
Conception UI - charte graphique

JOURNÉE 3 (7H)

Module 5 (3H30) - À quoi sert la méthodologie agile?
Adapter son cahier des charges à une méthodologie agile.

Module 6 (3H30) - Templates et Outils
Trouver et adapter les bons outils

JOURNÉE 4 (7H)

Module 7 (3H30) - La documentation
Préparer le cahier des charges, recueillir le besoin du client

Module 8 (3H30) - Définir une stratégie d'acquisition payante
Identifier les contraintes, le planning, identifier les intervenants

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

DEMANDER UNE SESSION DE FORMATION VIA LE FORMULAIRE

Formatrices

Natacha
/Formatrice

Avec près de 10 ans d'expériences en start-ups, agences et Maison de luxe, j'accompagne aujourd'hui les lancements de projets digitaux.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing & Ventes - Grenoble Ecole de Management (2012)
Fonction Consultante Gestion de projet digitaux : 10 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Christofle PARIS · GUERLAIN · ONE · Van Cleef & Arpels · CHANEL

Tiffany
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M1 Concepteur multimédia
Fonction UX/UI designer : 6 ans
Expérience formation professionnelle : 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

AIRFRANCE · Pierre Fabre · umlaut Part of Accenture · icd BUSINESS SCHOOL UNE ÉCOLE DU GROUPE IGS · esd école supérieure du digital · QANTIS · AIRBUS · EFAP

< Formation : site professionnel avec wordpress />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 35h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 8

Description de la formation wordpress

Une présence sur internet est aujourd'hui indispensable pour un professionnel. Cette formation de cinq jours présente les étapes nécessaires pour concevoir un site internet vitrine grâce aux CMS (système de gestion de contenu) libre et gratuit WordPress . Nos consultants experts vous permettront au travers différents modules et d'exercices pratiques, de réaliser un site internet complet, sécurisé et optimisé pour le référencement naturel (SEO).

Objectifs de la formation wordpress

- Comprendre le web et son environnement
- Conception, création et gestion complète d'un site Wordpress
- Les règles du SEO
- Découverte et utilisation du constructeur de page Divi ou Elementor
- Apprentissage des pratiques et outils professionnels (plugins, sécurité, …)

Programme de la formation wordpress

JOURNÉE 1 (7H)

Présentation et tour de table

Module 1 - Bases du web
Site internet, serveur, nom de domaine, hébergeur, bases de données, définition d'un (CMS - Content Management System), pourquoi Wordpress,ses atouts, installation de wp
Définition d'un constructeurs de pages (page builders) pourquoi Divi ou Elementor

Module 2 - Préparation à la création de son site internet
Cahier des charges, objectif, arborescence, contenu, mots-clés, images (contraintes, bibliothèques d'images libre de droits), maquette graphique

Module 3 - Prise en main de l'outil Wordpress
Présentation du back office, tableau de bords, réglages, pages, médiathèque, articles, thème, comptes, permaliens, menu, widgets – exercices pratiques (concevoir un site 3 pages) .

JOURNÉE 2 - Le SEO (7H)

Module 4 - Qu'est-ce que le référencement naturel ?
Présentation du fonctionnement du SEO (référencement naturel).
Comment fonctionnent les moteurs de recherche.
Pourquoi c'est une étape cruciale dans l' élaboration de son site internet.

Module 5 - Comment organiser son SEO sur son site internet
Élaboration de l'arborescence du site.
Recherche des mots clés pertinents en fonction de l'activité.
Présentation des balises importantes pour le SEO

Module 6 - Quels sont les outils à utiliser sur Wordpress pour le SEO
Présentation des outils à installer sur Wordpress.
Configuration et paramétrage des outils

Module 7 - Suivi et analyse du SEO
Présentation de Google Analytics et Google search console.
Suivi des performances

Module 8 - Encore plus loin
Présentation de différentes stratégie SEO (blog, rédaction de pages satellites, …)
Amélioration de la vitesse du site

Programme de la formation wordpress

JOURNÉE 3 - Thèmes Wordpress et Divi Builder et Elementor (7H)

Module 9 - Comprendre les thèmes Wordpress et savoir les utiliser

Tour d'horizon des thèmes, leur fonction, leur rôle dans Wordpress et les différents types de thèmes.

Module 10 - Découverte du « Page Builder » Divi et Elementor
Les bases de l'outil de création de pages Divi et Elementor de leurs principaux blocs et leur configuration. Découverte des sections, lignes et modules importants (texte, image, colonnes, vidéo).

Module 11 - Les autres apports du thème Divi et Elementor
Découverte de la bibliothèque de modules, des réglages généraux, des presets, responsive et mode mobile et de la librairie de templates.

JOURNÉE 4 - Plugins et extension (7H)

Module 12 - Grands principes et généralités des plugins Wordpress
Découverte de l'écosystème Wordpress et de sa bibliothèque de plugins. Comment les plugins s'imbriquent dans Wordpress et le thème. Les règles pour choisir un plugin. Les différents modes de tarifications existants. Les pièges à éviter et astuces à appliquer pour assurer un site stable sur le long terme.

Module 13 - Présentation de plusieurs plugin essentiels
Découverte de plugins essentiels pour l'e-commerce, la sécurité, la maintenabilité, outils backend et le bon fonctionnement d'un site.

JOURNÉE 5 (7H)

Module 14 – Normes obligatoires
Mentions légales, RGPD, cookies

Module 15 – Personnalisation de votre site
Prise de connaissance des CSS, extensions à installer sur votre navigateur, icônes awesome,

Module 16 – Sécuriser et maintenance wordpress
Filezilla, votre serveur FTP, structure de wordpress, sécuriser son site wordpress et ses fichiers, mot de passe, l'importance de la maintenance et des sauvegardes

Test de connaissance - Questions

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Marie-Laure

/Formatrice

Dirigeante fondatrice de Com & Sun, infographiste & développeuse Wordpress au service des PME/TPE. + issue de grands groupes et PME/TPE multi-industries. J'accompagne tous les entrepreneurs qui souhaitent gagner en visibilité sur internet.

Formatrice expérimentée

Diplômes : BTS Communication Visuelle (1999 - Lyon) avec une alternance en infographie.
Formation développeur Web (2011 - Marseille)
Expérience création graphique et en développement web : 20 ans
Expérience en formation : 11 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Com&Sun Communication Visuelle

PUBLICIS GROUPE

Angélique

/Consultante & mentore Wordpress

Formatrice WordPress et SEO, je suis spécialiste en création de sites web optimisés. Avec expertise et un brin d'humour, j'accompagne les entrepreneurs à développer leur efficacité sur le web grâce à des méthodes accessibles et transparentes.

Mon approche pédagogique repose sur la pratique immédiate : chaque notion abordée est directement appliquée sur des projets concrets. Je privilégie les explications claires, sans jargon technique inutile, pour que chacun reparte avec des compétences immédiatement utilisables.

Passionnée par la transmission, j'ai à cœur de rendre l'univers du web accessible à tous.

LES PREMIÈRES AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

ACTIVATEUR [N] FRANCE NUM

les FOLIWEB

Club Glow Up

LIVEMENTOR

Formatrices

Alice

/Formatrice & direction artistique

Intervenante en stratégie et communication visuelle, je transmets ma passion depuis 2021 auprès d'étudiants et de professionnels. J'enseigne l'utilisation des outils créatifs, les fondamentaux de l'image de marque, ainsi que des approches stratégiques en communication.

Formatrice expérimentée

Diplôme : MASTER II / CONCEPTEUR DESIGNEUR GRAPHISTE (2014)
Directrice Artistique Graphiste : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Google analytics 4 />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation Google analytics 4

Depuis juillet 2023, GA4 est la seule plateforme en service et Universal Analytics appartient au passé. En 2026, l'outil a gagné en puissance : suivi plus précis, rapports plus intelligents… Si votre migration n'est pas optimale ou si vous n'exploitez pas encore tout le potentiel de GA4. Faîtes-vous accompagner par une experte avec une formation complète sur interface Google Analytics.

Objectifs de la formation Google analytics 4

- Appréhender son importance
- Identifier les différences entre Google Analytics Universal et Google Analytics 4
- Configurer, paramétrer et se familiariser avec votre interface GA4 et les outils complémentaires
- Définir les indicateurs principaux à suivre
- Paramétrage du tracking

Programme de la formation google analytics 4

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (30 min) - Comprendre l'importance et les enjeux de la récolte des données de manière responsable
Tour des enjeux RGPD
Les enjeux de la data pour les entreprises

Module 2 (30min) - Comprendre Google Analytics 4
Exploration des principes essentiels de GA4 et de sa nouvelle logique de mesure.

Module 3 (1H) - Définir les KPI à suivre pour le pilotage de votre activité
Clarifier les objectifs et déterminer les KPI importants

Module 4 (2H) - Paramétrage
Paramétrage complet de votre compte GA4 pour une mesure fiable et adaptée à vos objectifs

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 5 (2H30) - Prise en main de la plateforme
Tour d'horizon de la plateforme et des différents rapports disponibles

Module 6 (1H) - Personnaliser GA4 et prise en main des ressources personnalisables
Présentation de la bibliothèque, la création des rapports et les définitions personnalisés

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 7 (2H30) - Vérifier et paramétrer le tracking
- Prise en main de Google Tag Manager

Module 8 (1H) - Créer des rapports
- Prise en main de Google Data Studio

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

1 mois après le paramétrage

Module 9 : mise en pratique
- Analyse des data collectées
- Création d'un rapport personnalisé

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Margot
/Formatrice

J'accompagne les entrepreneurs et les e-commerçants dans la définition et la mise en place de leur stratégie d'acquisition pour obtenir plus de clients et les fidéliser.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Consultante marketing digital freelance : 4 ans
Responsable e-commerce : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Caramel & cie. CÔTÉ MAISON Mademoiselle Violette NATÉSIS®

< Formation : UX/UI design d'un site web />

INFOS CLÉS /FORMATION COURTE NON CERTIFIANTE

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 21h

Dates : à définir

Prérequis : Aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi / Figma

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation UX/UI design

Apprenez à concevoir un site web accessible et intuitif pour vos clients en appliquant une méthode de travail en 6 demi-journées.

Objectifs de la formation UX/UI design

- Identifier les grandes étapes de la conception web
- Structurer et hiérarchiser l'information
- Construire une interface intuitive
- Mettre en place un UI Kit

Programme de la formation

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (45 min) - Généralité et définitions
Qu'est-ce que l'UX design ? L'UI design ? Les grandes étapes de conception. Les grands acteurs d'un projet et le rôle d'un UX/UI designer

Module 2 (2h45) - Persona
Définir les objectifs de son site et son persona

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 3 (3h30) - Conception UX
Lois de la Gestalt, convention du web, focus sur les pages clés d'un site, arborescence, parcours utilisateur et content map. Notion d'accessibilité web
Lancement du projet fil rouge avec la réalisation de l'arborescence, le parcours utilisateur et la content map

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 4 (3H30) - Prise en main de figma
Découverte de figma.
Qu'est-ce ce qu'un wireframes ? Découverte de l'UI kit et comment le mettre en place.
Différence UI kit et design system.
Réalisation wireframes des différents écrans

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 5 (3H30) - Prise en main de figma
Finalisation des wireframes

DEMI-JOURNÉE 5 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 5 (1H) - Identité visuelle et charte graphique
Qu'est ce qu'une identité visuelle ? Et une charte graphique ?
Comment l'utiliser pour la création des maquettes ? Qu'est-ce qu'un moodboard ? Notion de sémantique

Module 6 (2h30) - Responsive design
Concevoir pour mobile. Notion de mobile first
Création des wireframes mobile

DEMI-JOURNÉE 6 (3H30)

Module 7 (3H30) - Maquette
Réalisation d'un moodboard et des maquettes du site

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Tiffany
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M1 Concepteur multimédia
Fonction UX/UI designer : 6 ans
Expérience formation professionnelle : 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

AIRFRANCE
Pierre Fabre
umlaut Part of Accenture
icd BUSINESS SCHOOL UNE ÉCOLE DU GROUPE IGS
esd école supérieure du digital
QANTIS
AIRBUS
EFAP

< MASTERCLASS/>
Thème : Optimiser la conversion sur son site web ou sa landing page

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables marketing & acquisition / E-commerçants

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender l ce qu'est une conversion et définir ses objectifs prioritaires.
- Analyser le comportement des utilisateurs.
- Optimiser les pages clés : proposition de valeur, structure, copywriting, CTA, tunnel de conversion
- Mettre en place une stratégie d'amélioration continue : A/B testing, réassurance, indicateurs de performance

Objectif de la Masterclass

- Identifier les freins qui empêchent vos visiteurs de passer à l'action
- Structurer une page web ou landing page orientée conversion
- Améliorer l'efficacité de vos appels à l'action et de votre tunnel
- Mettre en place une méthodologie CRO simple et actionnable

< Le taux de conversion moyen d'un site e-commerce se situe entre 2 % et 3 %.
Source : IRP Commerce (E-commerce Benchmark Report) />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en ***marketing digital*** *et optimiser leur* ***visibilité en ligne*** *et leur* ***acquisition****.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

< MASTERCLASS/>
Thème : Créer un lead magnet

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables marketing & communication

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender l le rôle stratégique du lead magnet dans une stratégie d'acquisition
- Définir un lead magnet pertinent
- Construire un tunnel efficace : landing page, formulaire, automatisation et délivrabilité
- Mettre en place la suite du parcours : séquence email, nurturing et conversion

Objectif de la Masterclass

- Identifier un sujet de lead magnet à forte valeur perçue pour sa cible
- Choisir le format le plus adapté à son activité
- Structurer un tunnel simple et automatisé pour capter des emails
- Transformer ses leads en opportunités commerciales

< Les entreprises qui utilisent le marketing automation pour nourrir leurs leads génèrent en moyenne 50 % de leads qualifiés supplémentaires à un coût inférieur de 33 %.
Source : Invesp / Marketo Research />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Découvrez d'autres formations sur la même thématique

***Accessibilité** - Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)*

LA COLLAB ACADEMY

VII-parcours publicité digitale

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Stratégie d'acquisition payante />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation stratégie d'acquisition payante

Stratégie d'acquisition payante : boostez votre visibilité en ligne
Une stratégie d'acquisition se construit selon une approche globale de votre typologie business et de vos besoins : notoriété, trafic, génération de leads ou conversion. Nous sélectionnons les canaux les plus pertinents et les plus roistes pour répondre à vos objectifs business. La formation comprend la définition de votre plan d'action et la structure de vos campagnes publicitaires (Google Ads, Facebook (Instagram) Ads, Linkedin Ads, Pinterest

Objectifs de la formation stratégie d'acquisition payante

- Analyser son écosystème digital, son secteur, ses concurrents et les tendances afin de créer un plan d'actions différenciant et impactant
- Définir la stratégie digitale en accord avec sa cible, ses objectifs et son budget afin de pouvoir suivre l'efficacité des actions mises en place

Programme de la formation

JOURNÉE 1 (7H) :
Stratégie Globale

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Ecosystème & positionnement

- Analyse de l'écosystème digital et secteur
- Analyse de la concurrence et des tendances publicitaires (plateformes)
- Recueil des objectifs, besoins et contraintes budgétaires

L'objectif est d'établir un positionnement propre à l'entreprise/marque pour se démarquer en fonction des conclusions et des enjeux.

Module 2 - Stratégie d'acquisition payante

Établir une stratégie d'acquisition payante en accord avec sa cible.
Définition du plan de campagne :

- La cible (ses personas)
- Les messages à adresser
- Les canaux
- Budget alloué par canal & planning
- Kpis

JOURNÉE 2 (7H) :
Structure de campagnes & typologie de contenus

Module 3 - Campagnes par canal

- Explication des typologies de campagnes et objectifs publicitaires
- Définition de la structure de campagne par canal
- Pré-requis pour la mise en place d'une campagne (wording, visuels, pixel, url de tracking)
- Sensibilisation aux phases d'apprentissage et à l'AB Testing

Module 4 - Contenus

- Recommandation de contenus en fonction des canaux et des objectifs (landing page, visuels : image, carousel, vidéos)
- Best practices

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Lucie
/Formatrice

Consultante en marketing digital, j'accompagne les acteurs B2B et B2C dans la définition et la mise en oeuvre de leur stratégie digitale afin d'acquérir et de fidéliser leurs clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing & Ventes - UM1 Montpellier (2012)
Fonction Consultante Marketing : 7 ans
Expérience formation professionnelle : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Olivia
/FORMATRICE

Consultante en communication digitale, j'accompagne les annonceurs dans leur stratégie d'acquisition de trafic et de prospects et de croissance des ventes sur le site.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master degree, Management, specialising In Marketing
Fonction : SEA / Branding display / Display programmatic / Social ads - Consultante en communication digitale chez Indépendante : 6 ans d'expérience

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Google Ads />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 5

Description de la formation Google ads

google ads : créez et optimisez vos campagnes publicitaires en ligne

Premier moteur de recherche au monde, Google Ads est un indispensable pour atteindre ses objectifs marketing. Pour autant, il est nécessaire de comprendre et maîtriser les règles et subtilités de la plateforme publicitaire.

Cette formation vous aide à créer une stratégie publicitaire pérenne, en phase avec vos objectifs business.

Objectifs de la formation Google ads

- Appréhender le fonctionnement de Google Ads et la diffusion sur le réseau
- Créer et structurer un compte et des campagnes Search
- Définir les KPIs de réussite de vos campagnes
- Optimiser les performances des campagnes
- Piloter les campagnes à l'aide de reportings personnalisés

Programme de la formation Google ads

DEMI JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Culture web & Acquisition Clients
Panorama des outils d'acquisition payante.

Module 2 - Comprendre le fonctionnement de Google Ads

- Définition et fonctionnement Google Ads.
- Principes fondamentaux de Google Ads.
- Présentation de l'outil et structure de compte.
-

DEMI JOURNÉE 2 (3H30)

Module 3 - Construire une stratégie adaptée à vos objectifs avec Google Ads

- Brainstorming sur votre stratégie et vos objectifs.
- Transposition de la stratégie pour créer ses premières campagnes sur Google Ads.

Module 4 - Savoir créer et structurer un compte Google Ads et ses campagnes Search

- Création de compte
- Prise en main de Google Ads
- Structure des campagnes.
- Suivi des performances

DEMI JOURNÉE 3 (3H30)

Module 5 - Savoir utiliser et sélectionner les bons outils Google Ads pour répondre aux besoins du client

- Recherche de mots clés
- Création des annonces
- Les paramètres complémentaires

Module 6 - Optimiser un compte Google Ads, Définir les KPIs de réussite de vos campagnes Google Ads

- Les axes d'optimisations à observer.
- Comment, pourquoi et quand optimiser une campagne.
- Définition des KPIs de campagnes.

DEMI JOURNÉE 4 (3H30)

Module 7 - Créer des reportings de campagne pertinents et utiles pour un annonceur

- Créer un reporting pertinent grâce à la plateforme Google Ads.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Olivia
/Formatrice

Consultante en communication digitale, j'accompagne les annonceurs dans leur stratégie d'acquisition de trafic et de prospects et de croissance des ventes sur le site.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master degree, Management, specialising In Marketing
Fonction : SEA / Branding display / Display programmatic / Social ads - Consultante en communication digitale chez Indépendante : 6 ans d'expérience

Références Formation initiale et professionnelle :

Margot
/Formatrice

J'accompagne les entrepreneurs et les e-commerçants dans la définition et la mise en place de leur stratégie d'acquisition pour obtenir plus de clients et les fidéliser.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Consultante marketing digital freelance : 4 ans
Responsable e-commerce : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Delphine

/Formatrice acquisition SEA

Forte de plusieurs années d'expérience en agences médias (Ogilvy), start-ups et groupes internationaux (Yahoo!) à Paris et Barcelone, j'accompagne aujourd'hui les professionnels dans le développement de leurs stratégies digitales.
Formatrice passionnée, je partage des méthodes concrètes et opérationnelles pour maîtriser l'acquisition et le SEA, adaptées aux besoins et objectifs spécifiques de chaque participant. Mon approche combine expertise technique, vision stratégique et conseils pratiques pour obtenir des résultats tangibles et mesurables.

Références Formation initiale et professionnelle :

mubawab

Barcelona .com

ATLAS LIFT

turó park clinics

< Formation : Facebook & Instagram ads - meta business manager />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 17.5h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 6-8

Description de la formation meta business manager

La compréhension et la prise en main de la plateforme publicitaire Facebook Ads (Instagram) est essentielle pour atteindre ses objectifs business. Quelque soit votre but : générer de la visibilité, du trafic qualifié, générer des leads ou convertir sur votre site, la formation vous aide à définir votre stratégie et à la déployer avec la mise en oeuvre de vos campagnes publicitaires sur les réseaux Facebook et Instagram.

Objectifs de la formation meta business manager

- Appréhender le fonctionnement et la diffusion des Facebook/ Instagram Ads
- Créer des campagnes
- Tracker efficacement les campagnes
- Optimiser les performances des campagnes

Programme de la formation meta business manager

JOURNÉE 1 (7H) :
INTRODUCTION AUX SOCIAL ADS ET CRÉATION DE VOTRE BUSINESS MANAGER ET COMPTE PUBLICITAIRE

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Définition des besoins & stratégie

- Le principe de la publicité sur Facebook et Instagram.
- Qualification des besoins des cibles et définition de la stratégie à adopter sur la plateforme, définition des KPIs.

Module 2 - Se préparer à la création de Social Ads (Facebook & Instagram) : le Business Manager

- La création du compte Business Manager et du compte publicitaire.
- Installation du pixel Facebook sur son site web (sensibilisation à l'API de conversion)
- Tour du Business Manager.
- Connaître les règles publicitaires : bonnes pratiques.

Module 3 - Introduction au gestionnaire de publicités

- Présentation approfondie du gestionnaire de publicités : comprendre la structure des campagnes Facebook.
- Vocabulaire Facebook Ads.
- Focus ciblage : présentation des opportunités de ciblage et des audiences.
- Présentation de l'outil de création de publicités de Facebook.
- Différence entre un « boost de publication» et une campagne de publicité Facebook

JOURNÉE 2 (7H) :
ÉTAPES DE CONSTRUCTION D'UNE CAMPAGNE DE PUBLICITÉS OPTIMISÉE SUR LA PLATEFORME

Module 4 - Mise en place d'une campagne
Mise en place de la structure de campagne, objectif publicitaire, budget. Sensibilisation à la phase d'apprentissage.

Module 5 - Mise en place des ensembles de publicités

- Comprendre et définir ses événements de conversion
- Définir ses audiences (intérêts, démographie, audiences similaires, personnalisées…)
- Comprendre les placements
- Focus publicités dynamiques

Module 6 - Construire le contenu de votre annonce

- Présentation des différents formats : image, vidéo, carrousel, interactif (Canvas)
- Ajouter des éléments : texte, titre, appel à l'action
- Bonnes pratiques & tips de créas et copywriting
- Tracking des urls (UTM)

Module 7 - Focus Ecommerce

- Focus catalogue : présentation et mise en place du catalogue (ensembles)
- Publicités dynamiques issues du catalogue

DEM-JOURNÉE 3 (3H30) : ANALYSER LES RÉSULTATS ET OPTIMISER LES PERFORMANCES DES CAMPAGNES

Module 8 - Analyser vos résultats

- Comment analyser les résultats pour piloter et optimiser vos campagnes
- Comment AB tester pour plus de résultats
- Créer un dashboard personnalisé
- Générer un rapport de campagne publicitaire

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Margot
/Formatrice

J'accompagne les entrepreneurs et les e-commerçants dans la définition et la mise en place de leur stratégie d'acquisition pour obtenir plus de clients et les fidéliser.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Consultante marketing digital freelance : 4 ans
Responsable e-commerce : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Caramel & cie. · CÔTÉ MAISON · Mademoiselle Violette · NATÉSIS

Pauline
/FORMATRICE

Consultante SEA et SMA et fondatrice d'une marketplace éco-responsable, je transmets en formation mes connaissances, mon expertise et mes expériences en SEA et SMA.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2, Experte en ingénierie et management de la communication numérique - École HETIC Paris
Chef de projet WebMarketing - Consultante SEA & SMA : Expérience professionnelle : 13 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

TopTex · FMOMES · DANONE · tc • MEDIA

Formatrices

Marie-Lou

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en marketing digital et optimiser leur visibilité en ligne.

Passionnée par la pédagogie et orientée vers des résultats concrets, je propose des formations alliant pratique, cas réels et méthodologies adaptées pour permettre une montée en compétences rapide et efficace.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Management et Entrepreneuriat (Grenoble EM)
Fonction : Chef de projet Marketing 360° & Meneur de projet à La Collab Marseille.
Expérience professionnelle : 10 ans
Expérience en formation : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

adie LIVEMENTOR ynov CAMPUS France Travail

< MASTERCLASS/>
Thème : Les bases de Google Ads

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Marketing manager / Entrepreneur / Responsables stratégiques

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Appréhender l le fonctionnement de Google Ads et les différents types de campagnes
- Structurer une campagne Search efficace
- Comprendre les bases du tracking (GTM, évènement de conversion, objectifs)
- Lancer, analyser et optimiser ses campagnes (KPIs et tableau de bord)

Objectif de la Masterclass

- Comprendre la logique d'intention derrière Google Ads
- Savoir structurer une campagne Search de manière cohérente
- Identifier les indicateurs clés pour mesurer la rentabilité
- Éviter les erreurs fréquentes lors du lancement de ses premières campagnes

< Les entreprises génèrent en moyenne 2 € de chiffre d'affaires pour 1 € investi sur Google Ads. Source : Google Economic Impact Report />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Marie-Lou

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en marketing digital et optimiser leur visibilité en ligne.

Passionnée par la pédagogie et orientée vers des résultats concrets, je propose des formations alliant pratique, cas réels et méthodologies adaptées pour permettre une montée en compétences rapide et efficace.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Management et Entrepreneuriat (Grenoble EM)
Fonction : Chef de projet Marketing 360° & Meneur de projet à La Collab Marseille.
Expérience professionnelle : 10 ans
Expérience en formation : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

adie LIVEMENTOR ynov CAMPUS France Travail

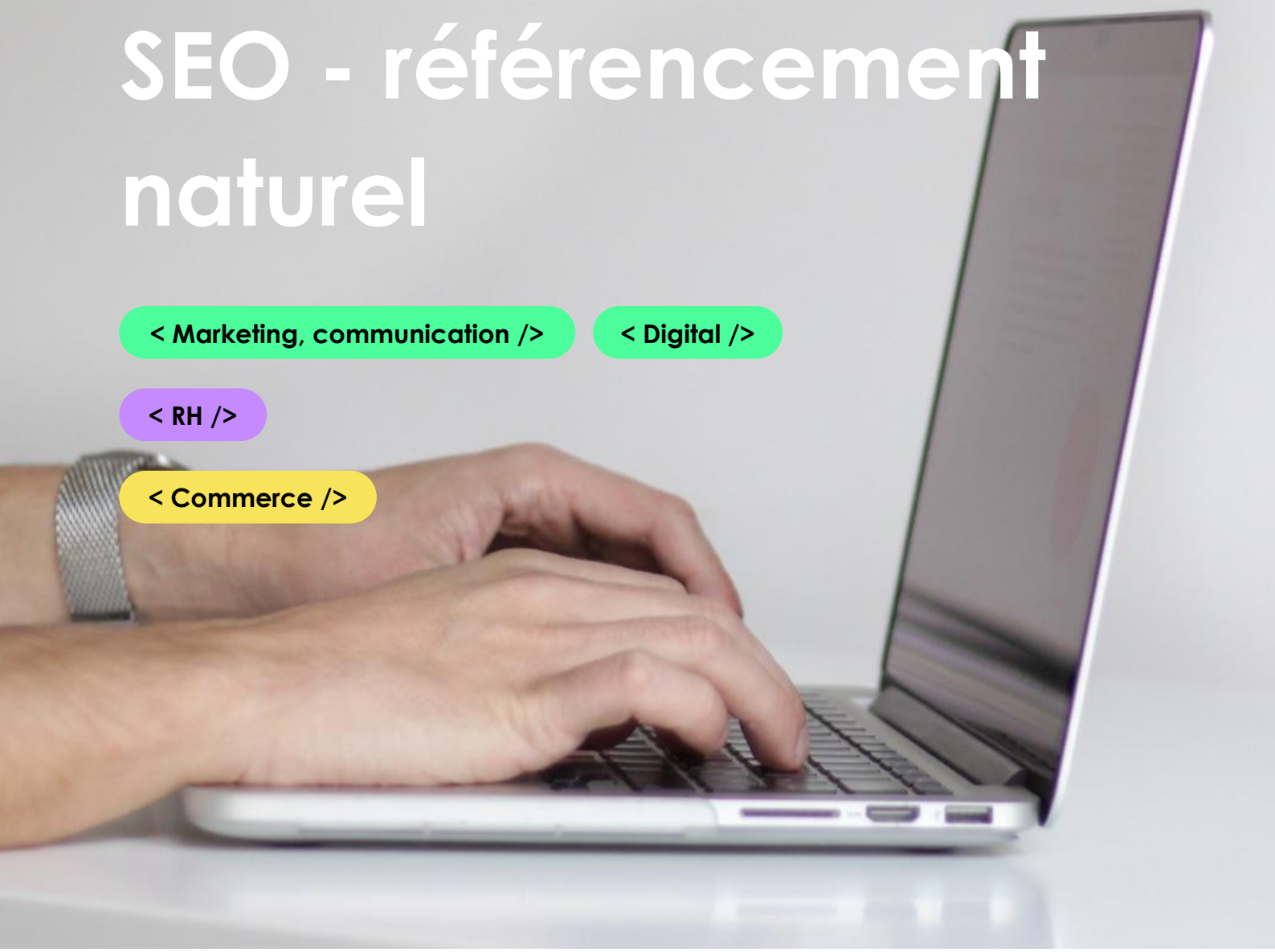
LA COLLAB ACADEMY

VIII-Parcours SEO - référencement naturel

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />



www.lacollab.com

< Formation : Stratégie seo & référencement naturel />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 5 jours - 35h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation SEO

SEO : boostez votre visibilité sur google

La compréhension du SEO et de ses deux principaux leviers (le contenu et la popularité sur Google) est essentielle pour atteindre vos objectifs business. La formation vous aide à définir votre stratégie et à la déployer de façon concrète en rédigeant des contenus Google friendly et en développant votre netlinking de manière efficace.

Objectifs de la formation SEO

- Intégrer l'écriture web "Google Friendly"
- Appréhender la recherche de mots clés générateurs d'activité business
- Appliquer la méthodologie d'une campagne de netlinking
- Évaluer la qualité d'un lien
- Identifier des opportunités pour développer sa popularité sur Google

Programme de la formation SEO

JOURNÉE 1 (7H00)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Présentation de l'écriture web
Savoir définir son Persona - Comprendre la notion d'intention de recherche - Savoir définir le template de sa page en fonction de l'intention de recherche. SEO et tunnel de conversion (des requêtes informationnelles aux mots clés transactionnels).

Module 2 - Analyser son écosystème
Analyse concurrentielle, les stratégies de contenu adoptées par nos concurrents, les mots clés utilisés.

Module 3 - Savoir sélectionner les bons mots clés
Savoir sélectionner les mots clés qualifiés pour son secteur d'activité, connaître leurs volumes de recherche, espionner les mots clés des concurrents, savoir utiliser les outils gratuits, se former aux outils professionnels (Ahrefs, Semrush). Apprendre à organiser ses mots clés par clusters.

Module 4 - Savoir organiser le contenu de ses pages web
Hiérarchie des titres (H1, H2, H3,..). Découverte et pratique de l'outil Thruuu pour obtenir rapidement le template idéal de son contenu.

Module 5 - Maitriser l'outil YourTexT.guru
Optimiser ses contenus on obtenant le score de pertinence le plus élevé.

Module 6 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 2 à 4

JOURNÉE 2 (7H00)

Module 7 - CheckList des best practice de l' écriture web
Pyramide inversée, le style, contenu dupliqué..

Module 8 - Les balises incontournables
Balises <title>, structure des Hn, strong, attribut ALT pour les images, optimisation des URLs, meta description, ..

Module 9 - Savoir éviter la cannibalisation de ses contenus
Savoir ce qu'est la cannibalisation des contenus et y remédier

Module 10 - Savoir mettre en place le maillage interne au sein de son site web
Qu'est-ce que le maillage interne ? A quoi sert-il et comment en tirer profit pour le SEO de son site web ?

Module 11 - Savoir rédiger une fiche produit pour son site ecommerce
Maîtriser l'écriture d'une page produit pour répondre aux différentes requêtes Google.

Module 12 - Brief rédactionnel
Savoir rédiger un brief rédactionnel pour la conception rédaction de contenu bien référencé

Module 12 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 2, 4, 5 et 6

Programme de la formation SEO

JOURNÉE 3 (7H00)

Module 13 - Architecture SEO
Savoir structurer son site web afin de l'optimiser pour le crawl et l'indexation de ses pages web

Module 14 - Savoir mettre en place un topic cluster
Comprendre et savoir appliquer cette stratégie SEO qui se focalise sur la création d'un ensemble de pages autour d'une thématique

Module 15 - Savoir mener l'audit sémantique de son site web
Savoir aggréger les données de Screaming Frog, de la Search Console de Google et d'Ahrefs pour mener un audit efficace de ses contenus et obtenir davantage de visibilité sur Google

Module 16 - Les indicateurs de performance
Définition de critères objectifs pour dresser un reporting des résultats obtenus. Savoir mettre en place un Data Studio pour mesurer l'efficacité d'une campagne d'optimisation sémantique

Module 17 - Atelier Pratique
Présentation de l'outil Ubersuggest
Mise en application des modules 1 à 4

JOURNÉE 4 (7H00)

Module 18 - Comprendre le fonctionnement de Google
L'importance des liens dans l'algorithme de Google. Savoir ce qu'est un backlink, une ancre de lien. Vigilance sur la création artificielle de liens.

Module 19 - Savoir évaluer la qualité d'un lien
Méthode pour savoir évaluer la qualité d'un lien. Mes metrics utilisées par les outils leaders sur le marché : Ahrefs, Semrush, Majestic SEO,..

Module 3 - Savoir organiser sa campagne de Netlinking
Déterminer ses pages cibles. S'organiser avec Google Sheet ou Excel.

Module 20 - Exploiter la concurrence
Présentation de l'outil Ahrefs. Espionner et exploiter les backlinks des concurrents.

Module 21 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 2 à 4

JOURNÉE 5 (7H00)

Module 22 - Panorama des opportunités
Campagne RP | Les annuaires business | Les forums de discussion | Les blogs | Le sponsoring | Exploiter les 404 | Exploiter les 301/302 | Les plateformes de ventes de liens

Module 23 - Scaler sa campagne de Netlinking
Méthodologie pour augmenter le volume de ses backlinks de qualité.

Module 24 - Mesure de la performance et Reporting
Indicateurs de performance d'une campagne d'acquisition de liens | Ranking | Autorité d'un domaine | Volumes de liens | Google Search Console

Module 25 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 1 à 3

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateurs

Rémi

/Formateur

Consultant 100% Google, je mène des missions d'audit, de conseil, de formation et d'accompagnement de projets pour des TPE, PME et grands comptes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Head of SEM (Google Ads et SEO) : 16 ans
Consultant Google : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Le Portail Français

NAVAL GROUP

JeCHANGE.fr

Sébastien

/Formateur

Consultant en référencement et formateur en marketing digital, j'accompagne mes clients dans le développement de leur visibilité en ligne.
Après un audit de leur marché et de leur positionnement, je mets en place les stratégies appropriées que ce soit en référencement naturel ou payant.
Je dispense également des formations pour vous apporter les clés qui vous permettent de développer votre visibilité en ligne.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Diplôme Supérieur de Gestion (spécialisation communication)
Expérience formation : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Digital Campus

ARROW conseil & formation

Virginie

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les acteurs à impact désireux d'approfondir leurs connaissances et compétences en stratégie marketing et communication digitale.

Passionnées pédagogue et axée sur les résultats, j'aime contribuer à leur développement professionnel grâce à des exercices pratiques, des cas concrets et des plans d'action réalistes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Publicité et Communication Corporate (INSEEC)
Fonction : Responsable Marketing Digital B2B & Meneur de projet à LaCollab Paris.
Expérience professionnelle : 14 ans
Expérience en formation : 2 ans
Langues : Français + Anglais

Références Formation initiale et professionnelle :

CREACTIFS Wydden

Amina

/Formatrice

Consultante en marketing digital, avec une spécialisation SEO et Acquisition de leads, j'aide les entreprises à faire de leur site web un levier de croissance durable pour leur permettre d'attirer plus de clients et développer leur chiffre d'affaires.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 Communication des organisations (Lyon & Leeds)
Fonction : Consultante SEO et Acquisition & Meneur de projet à La Collab Lyon.

Isaure
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Skema Business School Master Gestion de Projets (2016)
Freelance communication et développement commercial : 9 ans
Expérience formation professionnelle : 4 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Angélique
/Consultante & mentore Wordpress

Formatrice WordPress et SEO, je suis spécialiste en création de sites web optimisés. Avec expertise et un brin d'humour, j'accompagne les entrepreneurs à développer leur efficacité sur le web grâce à des méthodes accessibles et transparentes.

Mon approche pédagogique repose sur la pratique immédiate : chaque notion abordée est directement appliquée sur des projets concrets. Je privilégie les explications claires, sans jargon technique inutile, pour que chacun reparte avec des compétences immédiatement utilisables.

Passionnée par la transmission, j'ai à cœur de rendre l'univers du web accessible à tous.

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Rédaction web SEO & IA />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 3 jours - 21h

Dates : à définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation SEO et IA

écriture web optimisée SEO et assistée par l'IA
Comment rédiger un contenu qui soit optimisé pour Google et le lecteur ? Quel contenu proposer afin de répondre à l'intention de recherche de l'internaute ? Quels sont les outils qui vont permettre d'exploiter des mots clés générateurs d'audience et de business pour mon client ? Quelles sont les balises HTML à optimiser lors de la rédaction d'un contenu web ? Quels indicateurs de performance retenir ?

Objectifs de la formation SEO et IA

- Mettre en oeuvre l'écriture web "Google Friendly"
- Appréhender la recherche de mots clés
- Intégrer les balises HTML liées au contenu web
- Intégrer les outils de l'écriture SEO
- Analyser les indicateurs de performance

Programme de la formation SEO et IA

JOURNÉE 1 (7H00)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Présentation de l'écriture web
Définir son Persona grâce à des outils d'analyse (IA et données marketing).
Comprendre la notion d'intention de recherche et apprendre à la détecter pour chaque mot-clé.
Appliquer le SEO au tunnel de conversion : distinguer les requêtes informationnelles, navigationnelles et transactionnelles.
Construire un template de page adapté à l'intention de recherche.

Module 2 - Savoir sélectionner les bons mots clés
Identifier des mots-clés qualifiés en fonction de son secteur d'activité.
Analyser les volumes de recherche et détecter les opportunités via des outils gratuits et payants (Ahrefs, Semrush).
Espionner les mots-clés des concurrents pour trouver des axes différenciants.
Exploiter l'IA (ChatGPT, Jasper) pour générer des idées de mots-clés longue traîne et analyser les tendances.

Module 3 - Savoir organiser le contenu de ses pages web
Comprendre la hiérarchie des titres (H1, H2, H3…) et son impact sur le SEO.
Utiliser l'outil Thruuu pour obtenir des suggestions optimales de structure de contenu.
Structurer les contenus pour répondre aux attentes des moteurs de recherche et des internautes.

Module 4 - Exploiter l'IA pour générer ses contenus web.
Présentation des outils d'IA : ChatGPT, Claude, Perplexity et leurs avantages respectifs.
Rédiger des contenus web optimisés avec des promptings efficaces (consignes claires).
Automatiser des tâches simples : métadonnées SEO, FAQ, résumés d'articles.
Faire la différence avec la concurrence : combiner expertise humaine et IA pour éviter les contenus génériques.

Module 5 – Maitriser l'outil YourTexT.guru
Utiliser YourText.Guru pour optimiser ses contenus et obtenir un score de pertinence élevé.
Croiser les recommandations de YourText.Guru avec des analyses d'IA générative pour enrichir les contenus et couvrir les attentes SEO.

Module 6 – Atelier pratique
Recherche et sélection de mots-clés.
Création et structuration d'un contenu optimisé.
Utilisation des outils IA pour générer des textes, des balises méta et des sections spécifiques.
Optimisation d'un texte avec YourText.Guru pour atteindre un score SEO optimal.

JOURNÉE 2 (7H00)

Module 7 - Checklist des best practice de l' écriture web
Pyramide inversée, le style, contenu dupliqué..

Module 8 - Les balises incontournables
Balises <title>, structure des Hn, strong, attribut ALT pour les images, optimisation des URLs, meta description, ..

Module 9 - Savoir éviter la cannibalisation de ses contenus
Savoir ce qu'est la cannibalisation des contenus et y remédier

Module 10 - Savoir mettre en place le maillage interne au sein de son site web
Qu'est-ce que le maillage interne ? A quoi sert-il et comment en tirer profit pour le SEO de son site web ?

Module 11 - Savoir rédiger une fiche produit pour son site ecommerce
Maîtriser l'écriture d'une page produit pour répondre aux différentes requêtes Google

Module 12 - Brief rédactionnel
Savoir rédiger un brief rédactionnel pour la conception rédaction de contenu bien référencé

Module 13 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 2, 4, 5 et 6

Programme de la formation SEO et IA

JOURNÉE 3 (7H00)

Module 14 - Architecture SEO
Savoir structurer son site web afin de l'optimiser pour le crawl et l'indexation de ses pages web

Module 15 - Savoir mettre en place un topic cluster
Comprendre et savoir appliquer cette stratégie SEO qui se focalise sur la création d'un ensemble de pages autour d'une thématique

Module 16 - Savoir mener l'audit sémantique de son site web
Savoir agréger les données de Screaming Frog, de la Search Console de Google et d'Ahrefs pour mener un audit efficace de ses contenus et obtenir davantage de visibilité sur Google

Module 17 - Définir sa stratégie organique
Organiser sa stratégie SEO et la planifier.

Module 18 - Les indicateurs de performance
Définition de critères objectifs pour dresser un reporting des résultats obtenus. Savoir mettre en place un Data Studio pour mesurer l'efficacité d'une campagne d'optimisation sémantique

Module 19 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 1 à 4

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateurs

Rémi

/Formateur

Consultant 100% Google, je mène des missions d'audit, de conseil, de formation et d'accompagnement de projets pour des TPE, PME et grands comptes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Head of SEM (Google Ads et SEO) : 16 ans
Consultant Google : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Le Portail Français

NAVAL GROUP

JeCHANGE.fr

Sébastien

/Formateur

Consultant en référencement et formateur en marketing digital, j'accompagne mes clients dans le développement de leur visibilité en ligne.
Après un audit de leur marché et de leur positionnement, je mets en place les stratégies appropriées que ce soit en référencement naturel ou payant.
Je dispense également des formations pour vous apporter les clés qui vous permettent de développer votre visibilité en ligne.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Diplôme Supérieur de Gestion (spécialisation communication)
Expérience formation : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Digital Campus

ARROW conseil & formation

Delphine
/Formatrice

**Rédactrice web SEO expérimentée,
je vous apprends à créer des contenus authentiques et vendeurs qui se positionnent sur Google.**

Formatrice expérimentée

Licence en communication digitale
Rédactrice web SEO : 3 ans
Expérience formation professionnelle : 1 an

Références Formation initiale et professionnelle :

LA COLLAB | Flexitime Office | TopTex

Angélique
/Consultante & mentore Wordpress

Formatrice WordPress et SEO, je suis spécialiste en création de sites web optimisés. Avec expertise et un brin d'humour, j'accompagne les entrepreneurs à développer leur efficacité sur le web grâce à des méthodes accessibles et transparentes.

Mon approche pédagogique repose sur la pratique immédiate : chaque notion abordée est directement appliquée sur des projets concrets. Je privilégie les explications claires, sans jargon technique inutile, pour que chacun reparte avec des compétences immédiatement utilisables.

Passionnée par la transmission, j'ai à cœur de rendre l'univers du web accessible à tous.

Références Formation initiale et professionnelle :

LES PREMIÈRES | ACTIVATEUR [N] FRANCE NUM | FOLIWEB | LIVEMENTOR

< Formation : Netlinking et popularité sur google />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 2 jours **-** 14h

Nombre maximum de participants : 15

Date : A définir

Prérequis : Aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Nombre maximum de participants : 15

Achats web pendant la formation : environ 15 euros

Description de la formation netlinking

Comment créer une image de marque forte, unique et désirable, point de départ d'une relation solide et durable avec votre public cible ?
Les modules de cette formation vous apportent une approche stratégique et pratique pour structurer votre stratégie de développement de votre marque.
Soyez remarquables, démarquez-vous!

Objectifs de la formation netlinking

- Appréhender la méthodologie d'une campagne de netlinking
- Évaluer la qualité d'un lien
- Identifier les opportunités
- Identifier les plateformes de ventes de liens
- Scaler son netlinking

Programme de la formation netlinking

DEMI JOURNÉE 1
Ice breaker et tour de table

Module 1 - Comprendre le fonctionnement de Google
-L'importance des liens dans l'algorithme de Google
-Savoir ce qu'est un backlink, une ancre de lien
-Vigilance sur la création artificielle de liens.

Module 2 - Savoir évaluer la qualité d'un lien
-Méthode pour savoir évaluer la qualité d'un lien
-Mes metrics utilisées par les outils leaders sur le marché : Ahrefs, Semrush, Majestic SEO,..

DEMI JOURNÉE 2

Module 3 - Savoir organiser sa campagne de Netlinking
-Déterminer ses pages cibles
-S'organiser avec Google Sheet ou Excel.

Module 4 - Exploiter la concurrence
-Présentation de l'outil Ahrefs
-Espionner et exploiter les backlinks des concurrents

Module 5 - Atelier Pratique
-Mise en application des modules 2 à 4

DEMI JOURNÉE 3

Module 6 - Panorama des opportunités
-Campagne RP
-Les annuaires business
-Les forums de discussion
-Les blogs
- Le sponsoring
-Exploiter les 404
- Exploiter les 301/302
- Les plateformes de ventes de liens

Module 7 - Scaler sa campagne de Netlinking
Méthodologie pour augmenter le volume de ses backlinks de qualité

DEMI JOURNÉE 4

Module 8 - Mesure de la performance et Reporting
-Indicateurs de performance d'une campagne d'acquisition de liens
-Ranking
-Autorité d'un domaine
-Volumes de liens
-Google Search Console

Module 9 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 1 à 3

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateurs

Rémi
/Formateur

Consultant 100% Google, je mène des missions d'audit, de conseil, de formation et d'accompagnement de projets pour des TPE, PME et grands comptes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Head of SEM (Google Ads et SEO) : 16 ans
Consultant Google : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Le Portail Français | NAVAL GROUP | JeCHANGE.fr

Sébastien
/Formateur

Consultant en référencement et formateur en marketing digital, j'accompagne mes clients dans le développement de leur visibilité en ligne.
Après un audit de leur marché et de leur positionnement, je mets en place les stratégies appropriées que ce soit en référencement naturel ou payant.
Je dispense également des formations pour vous apporter les clés qui vous permettent de développer votre visibilité en ligne.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Diplôme Supérieur de Gestion (spécialisation communication)
Expérience formation : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Digital Campus | ARROW conseil & formation

< Formation : Google my Business />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 15

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation google my business

Google my business : boostez votre visibilité locale
Vous possédez une activité localisée autour d'une métropole, d'un département ou d'une région? Votre visibilité sur Google nécessite de recourir à des techniques SEO dites, *locales*. Découvrez et mettez en pratique la méthodologie complète pour créer et optimiser votre visibilité locale via votre fiche Google My Business et l'optimisation de votre site web.

Objectifs de la formation google my business

- Identifier toutes les astuces pour se positionner devant ses concurrents
- Créer sa fiche GMB, renseigner et optimiser tous les éléments requis
- Définir les bonnes catégories de son établissement
- Appréhender la liste des annuaires locaux (NAP) pour référencer son site web
- Identifier sa position sur Google dans un rayon de plusieurs kilomètres

Programme de la formation google my business

DEMI JOURNÉE 1 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 1 - Création de sa fiche GMB
-Création de votre compte
-Revendiquer une fiche GMB lorsqu'elle est déjà présente sur Google

Module 2 - Renseigner sa fiche GMB
-Prudence sur le Nom de votre établissement
-Description de votre établissement
-Zones desservies
-Horaires d'ouverture
-Horaires exceptionnels
-Numéro de téléphone
-Services complémentaires
-Hack : découvrir les catégories secondaires de ses concurrents

DEMI JOURNÉE 2 (3H30)

Module 3 - Photos, Vidéos et Produits à vendre
-Tips pour optimiser ses photos et vidéos
-Méthode pour géolocaliser ses photos
-Proposer des produits à la vente

Module 4 - Les avis sur sa fiche GMB
-Méthodes pour collecter des avis
-Tips pour optimiser ses avis
- Méthode pour afficher les étoiles dans les résultats de Google via WP

Module 5 - Atelier Pratique
Mise en application des modules 1 à 5

DEMI JOURNÉE 3 (3H30)

Module 6 - Tips d'optimisation
-Découvrir le trafic de sa fiche GMB via la Search Console
-Méthode pour dénoncer les concurrents qui trichent
-Intérêts de créer de l'interaction avec les internautes

Module 7 - Le référencement local
-Exploiter la liste des annuaires locaux pour obtenir des citation (NAP)
-Backlinker ses backlinks
- Créer des pages géolocalisées sur son site web

DEMI JOURNÉE 4 (3H30)

Module 8 - Les statistiques sur Google My Business
-Découvrir les statistiques de sa fiche, les mots clés
-Méthode pour connaître sa position dans le pack local selon la position géographique de l'internaute

Module 9 - Campagne sponsorisée Google Ads
Découverte de l'outil Google Ads pour acquérir de nouveaux clients

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateurs

Rémi
/Formateur

Consultant 100% Google, je mène des missions d'audit, de conseil, de formation et d'accompagnement de projets pour des TPE, PME et grands comptes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master ingénierie des médias - Toulon (2014)
Head of SEM (Google Ads et SEO) : 16 ans
Consultant Google : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Le Portail Français

NAVAL GROUP

JeCHANGE.fr

Sébastien
/Formateur

Consultant en référencement et formateur en marketing digital, j'accompagne mes clients dans le développement de leur visibilité en ligne.
Après un audit de leur marché et de leur positionnement, je mets en place les stratégies appropriées que ce soit en référencement naturel ou payant.
Je dispense également des formations pour vous apporter les clés qui vous permettent de développer votre visibilité en ligne.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Diplôme Supérieur de Gestion (spécialisation communication)
Expérience formation : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Digital Campus

ARROW conseil & formation

Virginie

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les acteurs à impact désireux d'approfondir leurs connaissances et compétences en stratégie marketing et communication digitale.

Passionnées pédagogue et axée sur les résultats, j'aime contribuer à leur développement professionnel grâce à des exercices pratiques, des cas concrets et des plans d'action réalistes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Publicité et Communication Corporate (INSEEC)
Fonction : Responsable Marketing Digital B2B & Meneur de projet à LaCollab Paris.
Expérience professionnelle : 14 ans
Expérience en formation : 2 ans
Langues : Français + Anglais

Références Formation initiale et professionnelle :

CREACTIFS Wydden

Marie-Lou

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en marketing digital et optimiser leur visibilité en ligne.

Passionnée par la pédagogie et orientée vers des résultats concrets, je propose des formations alliant pratique, cas réels et méthodologies adaptées pour permettre une montée en compétences rapide et efficace.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Management et Entrepreneuriat (Grenoble EM)
Fonction : Chef de projet Marketing 360° & Meneur de projet à La Collab Marseille.
Expérience professionnelle : 10 ans
Expérience en formation : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

adie LIVEMENTOR ynov CAMPUS France Travail

< MASTERCLASS/>
Thème : Les bases du SEO

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables marketing & communication

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Identifier les 3 piliers fondamentaux du SEO : technique, contenu, popularité
- Comprendre les notions clés : mots-clés, intention de recherche, indexation
- Identifier les erreurs fréquentes qui pénalisent la visibilité
- Intégrer les dernières évolutions Google
- Construire une feuille de route SEO adaptée à son activité

Objectifs de la Masterclass

- Comprendre les fondamentaux du référencement naturel
- Identifier les axes d'amélioration prioritaires de leur site
- Éviter les erreurs techniques et éditoriales courantes
- Comprendre l'impact business du SEO
- Structurer une stratégie SEO cohérente sur le moyen terme

< 53 % du trafic des sites web provient de la recherche organique.
Source : BrightEdge />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

< MASTERCLASS />
Thème : Rédiger un contenu optimisé SEO

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables marketing & communication

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Comprendre comment Google analyse et classe un contenu
- Identifier l'intention de recherche derrière un mot-clé
- Construire une stratégie éditoriale alignée avec son persona
- Structurer un article optimisé (balises, hiérarchie, maillage interne)
- Rédiger un contenu utile, pertinent et orienté conversion
- Optimiser les éléments clés : méta-title, méta-description, images

Objectif de la Masterclass

- Identifier des opportunités de mots-clés adaptées à leur marché
- Structurer un article SEO de manière professionnelle
- Rédiger un contenu optimisé sans sacrifier la qualité
- Améliorer leur taux de clic grâce à des méta-données efficaces

< 75 % des internautes ne vont jamais au-delà de la première page de Google. Source : HubSpot />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC IUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

< MASTERCLASS/>
Thème : Faire un audit SEO simple de son site internet

Date et horaires :
à programmer sur demande

INFOS CLÉS

Public visé : Dirigeants / Entrepreneurs / Responsables marketing & communication

Durée : 2h

Nombre maximum de participants : 50

Modalité d'organisation : Présentiel - Distanciel synchrone (visio)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Programme de la Masterclass

- Comprendre les fondamentaux du SEO et les 3 piliers (technique, contenu, popularité)
- Identifier les points bloquants qui pénalisent la visibilité de votre site
- Apprendre à réaliser un audit SEO simple, structuré et actionnable
- Construire un plan d'action priorisé pour améliorer son référencement
- Découvrir des outils gratuits pour analyser son site en autonomie

Objectifs de la Masterclass

- Comprendre les bases du référencement naturel
- Réaliser un diagnostic simple et structuré de leur site
- Identifier 5 à 10 optimisations prioritaires à mettre en place
- Construire une feuille de route SEO réaliste sur 3 à 6 mois
- Éviter les erreurs courantes qui pénalisent le référencement

< 68 % des expériences en ligne commencent par une recherche sur un moteur de recherche. Source : BrightEdge Research />

Bonus inclus

- La bibliographie / sitographie du formateur
- Lien replay en accès illimité
- Communauté Whatsapp d'échange entre participants

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Marie-Lou

/Formatrice

*Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels souhaitant développer leurs compétences en **marketing digital** et optimiser leur **visibilité en ligne** et leur **acquisition**.*

Diplôme : Diplôme d'Études Supérieures en Management - Grenoble EM (2018)

LIVEMENTOR Ed'up ynov CAMPUS INSEEC iUT Institut Universitaire de Technologie Aix-Marseille Université

LA COLLAB ACADEMY

IX- Parcours growth marketing

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Stratégie d'inbound marketing />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Date : A définir

Nombre maximum de participants : 15

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi. Souscription à une solution CRM pour le module 3 uniquement.

Prérequis : Aucun

Description de la formation inbound marketing

Une formation qui vous plonge au coeur de la méthodologie inbound marketing, et vous permet de la mettre en application pour votre business, pas à pas. L'inbound est dédié à des cycles d'achats longs (notamment B2B) et vous permet d'adopter une stratégie cohérente et orientée vers vos cibles, pour maximiser vos chances de capter des leads et de les convertir en client en optimisant vos ROI.

Objectifs de la formation inbound marketing

- Appréhender l'Inbound
- Définir sa stratégie : personas, lead magnets, canaux, contenus
- Mettre en pratique sur le tunnel de conversion & traitement des leads

Programme de la formation inbound marketing

Demi Journée 1 (3h30)
Introduction À L'inbound Marketing Et Définir Sa Stratégie

Ice breaker et tour de table

Module 1 (3H30) - Analyser son écosystème digital

- Introduction à l'Inbound Marketing vs Outbound.

Tunnel de conversion : explication des différentes étapes et canaux/contenus de chacunes
Tour du Lexique : Lead magnet / Landing page / Lead scoring / Automation et workflows

- Point RGPD & permission marketing
- Définition des personas
- Analyse de Concurrence
  Lead magnets + Ecosystème digital

Demi Journée 2 (3h30)

Module 2 (3H30) - Dégager des axes stratégiques

- Positionnement - Unique Selling Proposition
- Stratégie d'inbound :
  Insights/Canaux/Contenus
  Focus Landing Page

Demi Journée 3 (3h30) :
Automation & Cas Pratique

Module 3 (3H30) - Automation

- Différence campagnes emailing & automation
- Emailing : best practices & zoning
- Workflow d'automation : déclencheurs/scénarios/outils/tags
- Définitions des KPIs et analyse

Demi Journée 4 (3h30)
Module 4 (3h30) - Mise En Pratique

- Mise en place de l'outil, définition et mise en pratique des scénarios d'automation dans l'outil, des tags
- Mise en place des templates et zonings des contenus spécifiques

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

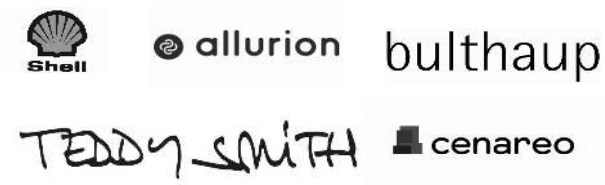
Lucie
/Formatrice

Consultante en marketing digital, j'accompagne les acteurs B2B et B2C dans la définition et la mise en oeuvre de leur stratégie digitale afin d'acquérir et de fidéliser leurs clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Marketing & Ventes - UM1 Montpellier (2012)
Fonction Consultante Marketing : 7 ans
Expérience formation professionnelle : 2 ans

Références Formation initiale et professionnelle :



Célia
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Sciences Po Bordeaux Master Communication (2012)
Fonction chef de projet webmarketing : 8 ans
Expérience formation professionnelle : 8 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Virginie

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les acteurs à impact désireux d'approfondir leurs connaissances et compétences en stratégie marketing et communication digitale.

Passionnées pédagogue et axée sur les résultats, j'aime contribuer à leur développement professionnel grâce à des exercices pratiques, des cas concrets et des plans d'action réalistes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Publicité et Communication Corporate (INSEEC)
Fonction : Responsable Marketing Digital B2B & Meneur de projet à LaCollab Paris.
Expérience professionnelle : 14 ans
Expérience en formation : 2 ans
Langues : Français + Anglais

Références Formation initiale et professionnelle :

CREACTIFS Wydden

< Formation : Stratégie emailing & automation />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 2,5j soit 17h30

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 8

Description de la formation emailing et automatisations

Comment être encore plus performant dans vos campagnes emails ? Cette formation vous permettra d'élaborer une stratégie e-mailing, de maîtriser les bonnes pratiques de l'email marketing, de la conception à la scénarisation de vos campagnes, en passant par la personnalisation de vos emails.

Objectifs de la formation emailing et automatisations

- Constituer et gérer une base de données d'emails en respectant le cadre juridique
- Concevoir des emails avec un message efficace et pertinent
- Planifier et scénariser ses campagnes pour gagner du temps et améliorer sa relation clients
- Mesurer et optimiser le retour sur investissement de ses campagnes

Programme de la formation emailing et automatisations

Journée 1 (7h ou 2 workshops de 3h30)
Ice breaker et tour de table.

Module 1 - Culture de l'emailing

- L'importance de l'emailing
- Tendances actuelles de l'emailing
- Statistiques générales sur l'emailing et les newsletters
- Les différents outils et types d' Emailing

Module 2 - Définir sa stratégie d'emailing

- Focus sur la stratégie d'Inbound marketing.
- Les approches de prospection en BtoC et BtoB
- Comment constituer sa base de contact
- Création d'une stratégie emailing (objectif, cibles, exemples)
- Segmentation de la base de données
- Focus RGPD

Module 3 - Concevoir un email

- Un contenu rédactionnel impactant : règles clés, intérêt de la personnalisation et du ciblage.
- Responsive Design : les emails lus sur mobile ou tablette.
- Les techniques pour créer des emailings engageants

Module 4 - Organiser et mesurer l'efficacité de ses campagnes emailing

- Outils d'aide à la gestion emailing
- KPI'S : analyses et décisions.

Journée 2 (7h ou 2 workshops de 3h30)

Module 5 - Techniques d'embasement

- Mécanismes de capture d'emails sur son site ou en point de vente.
- Techniques de coregistration
- Embasement via les réseaux sociaux

Module 6 - Automation

- Pourquoi utiliser l'emailing automation ?
- Exemples et possibilités offertes par les scénarios d'automation
- Horizon des plateformes de marketing automation
- Création et paramétrages de scénarios concrets
- Les bonnes pratiques en marketing automation

Journée 3 (3h30)

Module 7 - Automation

Cas pratique : Créer ses worklow d'automation

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Annabelle
/Formatrice

Consultante en stratégie d'acquisition mais aussi adepte de l'inbound marketing, j'accompagne depuis 7 ans les entreprises de tout secteur confondu dans leur stratégies digitaleset dans leurs pratiques emailing.

Je privilégie l'analyse des donnée de tout l'écosystème d'une marque afin de définir les actions pertinentes qui permettront à chacun d'atteindre ses objectifs !

Formatrice expérimentée

Diplôme : Web Marketing - IAE Toulouse
Fonction Consultante Acquisition : 7 ans
Expérience formation professionnelle : 1 an

Références Formation initiale et professionnelle :

bulthaup PICHET BRITISH AMERICAN TOBACCO AIRBUS

Sophyline
/Formatrice

Consultante en stratégie webmarketing et projets de communication digitale, j'accompagne les entreprises à impact dans l'élaboration de leur stratégie digitale. Passionné et à l'écoute, j'aime contribuer à la montée en compétences de mes clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Excutive MBA, Stratégies Web Marketing & Projet Communication Digitale
Fonction : Meneur de projet : 6 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

GROUPE SILVYA.TERRADE Écoles Supérieures de Beauté, Bien-être & Santé — ICADEMIE Formation à distance — FRANCOIS JX IMAGES PHOTO VIDEO — AFDE

Virginie

/Formatrice

Consultante et formatrice, j'accompagne les acteurs à impact désireux d'approfondir leurs connaissances et compétences en stratégie marketing et communication digitale.

Passionnées pédagogue et axée sur les résultats, j'aime contribuer à leur développement professionnel grâce à des exercices pratiques, des cas concrets et des plans d'action réalistes.

Formatrice expérimentée

Diplôme : M2 en Marketing, Publicité et Communication Corporate (INSEEC)
Fonction : Responsable Marketing Digital B2B & Meneur de projet à LaCollab Paris.
Expérience professionnelle : 14 ans
Expérience en formation : 2 ans
Langues : Français + Anglais

Références Formation initiale et professionnelle :

CREACTIFS Wydden

< Formation : Cold e-mail />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation cold e-mail

développer des campagnes percutantes pour votre prospection
Comment structurer une stratégie de cold email efficace ? Cette formation de 7 modules vous guide à travers les étapes essentielles pour maîtriser l'art du cold email, de la définition de l'Idéal Customer Profile (ICP) jusqu'à la création d'une séquence d'emails performante.

Objectifs de la formation cold e-mail

- Maîtriser la stratégie de cold email : Comprendre son rôle, définir un Idéal Customer Profile (ICP) et créer des personas cibles pertinents.
- Configurer les outils et bases techniques : Assurer la délivrabilité, configurer les outils adaptés et respecter les normes RGPD pour une base de données qualifiée.
- Rédiger des emails percutants : Appliquer des techniques de copywriting pour créer des messages engageants et efficaces.
- Créer les campagnes : Créer des séquences d'emails performantes, analyser les résultats et ajuster les stratégies pour un meilleur impact.

Programme de la formation cold e-mail

Demi-Journée 1 (3h30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Introduction à la stratégie de cold email

Objectif : Comprendre le rôle des campagnes de cold email dans une stratégie de prospection commerciale.

Contenu :

- Définition et objectifs d'une campagne de cold email.
- Distinction entre cold email, emailing marketing et spam.

Activité : Discussion interactive : Identifiez les avantages du cold email pour votre secteur.

Module 2 - Création de l'ICP et des personas cibles

Objectif : Savoir définir un Ideal Customer Profile (ICP) et créer des personas pertinents.

Contenu : Identifier les industries et secteurs cibles. Déterminer :

- Les caractéristiques démographiques
- Les caractéristiques comportementales
- Les caractéristiques organisationnelles
- Définir les besoins
- Définir les points de douleur

Activité : Créer un ICP et un persona en duo, puis présenter les résultats.

Demi-Journée 2 (3h30)

Module 3 - Création de bases de données propres et scraping

Objectif : Apprendre à construire une base de données de prospects propre, qualifiée et conforme aux bonnes pratiques, tout en explorant des techniques de scraping efficaces et éthiques.

Contenu :

- - Principes fondamentaux pour une base de données propre
  - Définir les critères d'une base
  - Informations essentielles
  - Données vérifiées
  - Segmentation :
- Étapes pour créer une base de données :
  - Identifier les sources fiables
  - Collecter les données utiles
  - Nettoyer les données
- Conformité RGPD :
  - Recueillir uniquement des informations publiques
- Techniques de scraping éthique
- Introduction au scraping
  - Définition et objectifs
  - Différence entre scraping manuel et automatisé.
- Outils recommandés :
  - Pour la recherche manuelle
  - Pour l'automatisation

Activité :
Simulation de scraping : Utilisez un outil pour extraire des données sur un secteur spécifique.

Nettoyez la base obtenue (supprimez les doublons, vérifiez les adresses email).

Programme de la formation cold e-mail

Demi-Journée 3 (3h30)

Module 4 - Rédaction du contenu des emails

Objectif : Apprendre à rédiger des emails percutants et engageants.

Contenu :
- Structure d'un email efficace.
- Exemples concrets de bons et mauvais emails.
- Les méthodes copywriting

Activité :
Rédiger un email pour un cas fictif, puis le comparer à un modèle optimisé.

Module 5 - Enchaînement des emails

Objectif : Construire une séquence d'emails performante.

Contenu :
- Structure d'une séquence typique
- Timing optimal
- Importance de mesurer et ajuster (taux d'ouverture, de réponse).

Activité :
Créer une séquence complète pour un scénario défini.

Demi-Journée 4 (3h30)

Module 6 - Paramétrage technique

Objectif : Comprendre les prérequis techniques pour assurer la délivrabilité et éviter les blocages.

Contenu :
- Configuration d'un nom de domaine
- Authentification des emails Présentation d'outils adapté
- Limitations pour éviter le spam
- Près chauffer les email

Activité : Configurer un outil de cold email)

Module 7 - Conclusion et plan d'action

Objectif : Résumer les apprentissages et définir des actions à court terme.

Contenu :
- Récapitulatif des points clés.
- Conseils pour démarrer : Prioriser la segmentation et tester plusieurs approches.
- Importance d'un suivi régulier et d'une amélioration continue.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF
- Espace d'échange en ligne pendant toute la durée de la formation

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise.

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Mickaël

/Formateur cold email

Avec une approche stratégique et orientée résultats, cette formation vous accompagne dans la maîtrise du cold email. De la création de campagnes percutantes à l'optimisation des séquences, vous apprendrez à transformer cet outil en un levier puissant pour développer votre prospection commerciale. Une méthode efficace pour automatiser les tâches chronophages et vous concentrer sur ce qui compte vraiment : bâtir des relations solides avec vos clients potentiels.

Formatrice expérimentée

Diplôme : ISEE Business School Bachelor (2018) –
Fonction : Growth Manager spécialisé en outbound : Formation Growth Tribe en 2021

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : CRM Hubspot pour le Marketing />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : experts métiers du marketing digital (opérationnels, directions et responsable CRM)

Durée : 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 5

Description de la formation Hubspot pour le Marketing

Développer sereinement votre activité en organisant vos opérations autour d'une brique structurante : le CRM. C'est un levier efficace pour outiller et développer les équipes Marketing, piloter la performance avec des données terrain et améliorer l'expérience client.
Cette formation, composée de modules théoriques et de mises en pratique encadrées, vous donne les clés pour maîtriser les fonctionnalités Marketing du logiciel Hubspot en autonomie. Équipes opérationnelles, directions et responsables CRM, nous accompagnons votre montée en compétences pour améliorer vos possibilités sur le logiciel Hubspot, votre efficacité et la qualité de vos relations clients.

Objectifs de la formation Hubspot pour le Marketing

- Éclairer ses décisions et piloter l'activité grâce à des tableaux de bord performants et une visibilité sur les métriques clés.
- Booster la performance marketing en implémentant et optimisant des contenus & campagnes
- Générer et maturer des leads qualifiés grâce à l'outillage Marketing Hubspot pour faciliter les ventes.
- Personnaliser et gérer son site internet et ses contenus en autonomie, pour développer votre stratégie d'inbound marketing et améliorer l'expérience client.
- Gérer sa connaissance client efficacement grâce à des données structurées, une routine saine et une gouvernance durable.
- Fluidifier les opérations en maîtrisant les automatisations

Programme de la formation

Module 1 - La boite à outil du marketer (3H)

Objectif : Maîtriser les fondamentaux Marketing

- Clarifier les interfaces Marketing <> Sales pour aligner les équipes Revenus
- Prendre en main les fondamentaux du CRM
- Maîtriser les Marketing Emails pour envoyer des newsletters ciblées et personnalisées (jetons de personnalisation, segments, consentement, type de souscription...)
- Atelier pratique : Envoyer une newsletter ciblée et personnalisée avec Hubspot
- Appréhender les outils avancés du Marketing Hub
- Atelier pratique : Créer et analyser un parcours utilisateur complexe

Module 2 - Les campagnes multi-canales sur Hubspot (3h)

Objectif : Intégrer des campagnes marketing et piloter leur performance sur Hubspot

- Maîtriser les campagnes marketing, de la création à la mesure de la performance
- Atelier pratique : Création et promotion d'une campagne multi-canal dans HubSpot
- Bien collaborer en organisant l'espace commun et en adoptant de bonnes pratiques
- Catégoriser et scorer ses leads pour mieux segmenter sa base
- Atelier pratique : définir et implémenter son plan de scoring

Module 3 - Définir sa stratégie CRM pour développer son activité (2H)

Objectif : Appréhender les enjeux du CRM et définir sa stratégie CRM

- Les principaux enjeux du CRM
- Définir une stratégie CRM évolutive et une gouvernance robuste
- Atelier pratique : Définir sa stratégie CRM et son plan d'évolution
- Améliorer le CRM et développer les utilisateurs au quotidien avec des routines et bonnes pratiques
- Superviser sa base et nettoyer ses données

Module 4 - Le pilotage efficace avec les tableaux de bord (3h)

Objectif : Créer des tableaux de bord sur-mesure pour Suivre sa performance et éclairer ses décisions

- Définir et Organiser son système de reporting
- Atelier pratique : consolider son système de suivi de performance
- Composer des rapports personnalisés (journey, attribution…)
- Améliorer son système de reporting au quotidien
- Atelier pratique : construire des rapports sur-mesure

Module 5 - Le quotidien simplifié avec les automatisations (2h)

Objectif : Maîtriser la création et la supervision des automatisations pour accélérer le quotidien

- Appréhender l'anatomie d'un workflow et créer des automatisations simples
- Atelier pratique : construire un scénario de nurturing
- Maîtriser les principales fonctionnalités pour composer des scénarios complexes
- Atelier pratique : automatiser un scénario complexe d'affectation de leads
- Superviser, diagnostiquer et organiser ses workflows pour collaborer durablement
- Automatiser au-delà des workflows : tour d'horizon des possibilités

(Option)
Module 6 - La gestion du web (1h)

Objectif : Gérer son site internet et publier ses contenus sur Hubspot en autonomie

- Prendre en main son site internet avec le Content Hub de Hubspot CMS
- Mesurer et Optimiser la performance de son site internet et de ses contenus

Pré-requis et déroulé de la formation

Les démonstrations et manipulations pourront être réalisées sur la plateforme client, notamment si la formation est dédiée à une entreprise unique. Dans ce cas, un accès Administrateur à la plateforme devra être communiqué au formateur au moins 7 jours avant la date de formation. Dans le cas contraire, les démonstrations et manipulations seront réalisées sur un compte démo du formateur. Dans ce cas, un supplément sera facturé en sus, correspondant à l'abonnement Hubspot nécessaire pour la réalisation de la formation dans les meilleures conditions.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF
- Espace d'échange en ligne pendant toute la durée de la formation

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise.

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Josselyn

/Intégrateur CRM spécialisé Hubspot & RevOps

Intégrateur CRM (et Partenaire Solutions du CRM Hubspot), j'accompagne les statups, PMEs et TPEs B2B à structurer et développer leurs opérations autour d'une brique structurante : le CRM.

Mon bagage d'entrepreneur (10 ans en SaaS B2B) me permet d'intervenir sur les aspects stratégique, organisationnel et opérationnel pour fluidifier le quotidien et les aider à développer leur activité.
Résolument « customer-centric » et « problem-driven », je déploie des solutions technologiques sur-mesure au service de problématiques terrains et aide mes clients à tendre vers l'excellence opérationnelle.

Diplômes : Ingénieur ENSEEIHT + Certifications Hubspot

Fonction : +13 ans d'expérience : Entrepreneur (10 ans) et Intégrateur CRM (+3 ans)

Références Formation initiale et professionnelle :

kinéis · altagen · intent TECHNOLOGIES · hyperspread · France Travail

LA COLLAB ACADEMY

X - Parcours commerce

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Techniques de vente />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur marketing, responsable communication, chargée de communication
Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Description de la formation

Cette formation propose une approche vivante et pragmatique de la vente, centrée sur la méthode, la posture et le plaisir de performer. Les participants apprennent à structurer leur démarche commerciale de la prospection au closing, tout en développant leur confiance et leur aisance relationnelle. À travers des mises en situation concrètes, des défis commerciaux et des outils immédiatement applicables, chacun consolide ses réflexes, affine
son discours et renforce son efficacité sur le terrain.
L'objectif ? Sortir du pilotage automatique pour adopter une posture proactive, stratégique et humaine, capable de créer de la valeur à chaque étape de la relation client.

Objectifs de la formation

- Identifier la logique et la posture du commercial
- Organiser une prospection efficace et ciblée
- Mener un entretien découverte et faire une proposition commerciale
- Négocier et conclure avec assurance.
- Transformer les visiteurs en prospects

Programme de la formation

Demi-Journée 1 (3h30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 La vente et la mécanique du commerce
• Le métier du commercial aujourd'hui
• Pré-requis : ciblage, attentes, offres, argumentaires
•Pipeline : Comprendre le cycle de vente et la mécanique du commerce
• La vente : un sport, un jeu, un mindset, pourquoi eux et pourquoi moi ?
• Projections : objectifs, plan d'actions, budgets, priorités

Module 2 Prospecter pour trouver de nouveaux clients
•Préparer les bases de données et le plan marketing associé
•Construire son pitch, son script et ses arguments clés
•Travailler sa posture : image, message, proposition, réponses aux objections
• Définir sa tactique et ses outils (digital, téléphone, mail)
• Construire son planning de prospection et ses KPI

Demi-Journée 2 (3h30)

Module 3 Mener un RDV découverte et faire une proposition commerciale

•Préparer son RDV : recherches, argumentaires, fiche découverte
• Mener l'entretien : introduction et cadre de l'échange, questionnement ouvert, écoute active, reformulation
• Identifier les besoins et les points de douleur.
•Explorer les motivations : SONCAS, SPIN.MEDDIC, profils comportementaux
•Présenter son offre comme une transformation
•Synthèse et actions suivantes : RDV, relances, devis
•Compte rendu, devis, présentation d'une offre

Demi-Journée 3 (3h30)

Module 4 Le closing et la négociation
• Engager les interlocuteurs et maintenir la dynamique de décision
• Vendre de la valeur pour se faire acheter
• Préparer ses hypothèses et ses réponses aux objections
• Négocier sans perdre la relation
• Accepter de repartir en découverte

Demi-Journée 4 (3h30)

Module 5 Fidéliser et (re)prospecter ses clients
• Vérifier la satisfaction et demander un feedback
• Obtenir des avis et recommandations
• Planifier un prochain contact ou une nouvelle opportunité
• Prospecter ses "anciens" clients : renouer le lien, détecter de nouveaux besoins, exploiter les clients dormants/inactifs

Consolider - Evaluer - Projeter
•Quiz et évaluation
• Tour de table bilan et feedback collectif
• Projection des actions à mettre en place

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique et exercices collaboratifs : mise en situation réelle avec d'autres participants

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

TARIF

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100% / Paiement en 3 fois possible

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	10	2	**SUR DEMANDE**

Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI)
Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formateur

Pascal

/Formateur & Coach Commercial

J'accompagne les entreprises à développer leur business sur l'ensemble du cycle de vente : prospection, qualification, rendez-vous, négociation et fidélisation.
Mon approche est structurée et humaine, fondée sur l'intelligence émotionnelle et orientée action. Pour moi, vendre, c'est aider et servir : un jeu exigeant, intense et subtil, loin du rapport de force.

Formateur expérimenté

+25 ans d'expérience en vente BtoB, management et direction commerciale
6 ans d'accompagnement d'entreprises
+60 entreprises accompagnées

Formation initiale et certifications

2025 : Approche neurosensorielle EIQ – niveau 2 | ASSESSMENTS 24X7
2022 :Praticien certifié DISC & EIQ (intelligence émotionnelle) | ASSESSMENTS 24X7
2007: Master 2 MMA – Stratégie commerciale & marketing | IDRAC Lyon
2005: Cycle MCR – Management d'un centre de responsabilités | IFG Lyon

< Formation : CRM Hubspot pour le Commerce />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : commerciaux, direction commerciale, Sales Operations, responsable CRM

Durée : 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 5

Description de la formation Hubspot pour le Commerce

Développer sereinement votre activité en organisant vos opérations autour d'une brique structurante : le CRM. C'est un levier efficace pour outiller et développer les équipes Marketing, piloter la performance avec des données terrain et améliorer l'expérience client.
Cette formation, composée de modules théoriques et de mises en pratique encadrées, vous donne les clés pour maîtriser les fonctionnalités Commerciales du logiciel Hubspot en autonomie. Équipes opérationnelles, directions, Sales Ops et responsables CRM, nous accompagnons votre montée en compétences pour améliorer vos possibilités sur le logiciel Hubspot, votre efficacité et la qualité de vos relations clients.

Objectifs de la formation Hubspot pour le Commerce

- Éclairer ses décisions et piloter l'activité grâce à des tableaux de bord performants et une visibilité sur les métriques clés.
- Adapter ses processus de vente au terrain et optimiser la gestion des transactions pour augmenter le volume d'affaires.
- Améliorer la productivité en outillant les commerciaux sur le CRM
- Gérer sa connaissance client efficacement grâce à des données structurées, une routine saine et une gouvernance durable.
- Fluidifier les opérations en maîtrisant les automatisations et les outils IA.

Programme de la formation

Module 1 - Les fondamentaux commerciaux (3h30)

Objectif : S'approprier les clés d'Hubspot Sales pour proposer l'excellence aux clients

- Prendre en main les fondamentaux du Sales Hub
- Prospecter efficacement avec Hubspot
- Appréhender le processus de vente pour bien closer
- Maîtriser les outils de productivité du Sales Hub
- Atelier pratique : Construire une séquence prospective
- S'organiser et collaborer efficacement en s'appropriant les bonnes pratiques
- Atelier pratique : Suivi d'une vente de A à Z

Module 2 - Garder le cap avec l'IA Breeze ! (3h30)

Objectif : Prendre en main Breeze et les outils IA d'Hubspot pour gagner en sérénité

- Tour d'horizon des outils IA et des possibilités
- Ateliers pratiques et manipulations sur un cas concret

Public visé : managers, sales ops, responsables CRM

Module 3 - Configurer un environnement commercial performant (3h30)

Objectif : Construire un environnement Sales personnalisé sur Hubspot pour améliorer l'efficacité de l'équipe

- Coordonner la collaboration et définir les rôles de l' équipe
- Adapter le CRM à la méthodologie de qualification et optimiser le processus de vente
- Configurer des interfaces personnalisées pour maximiser la performance
- Accélérer le closing grâce aux outils de Devis & Facturation intégrés (CPQ)
- Développer les compétences de l'équipe de vente au quotidien
-

Module 4 - Optimiser sa stratégie CRM pour développer son activité (1h)

Objectif : Définir sa stratégie CRM et garantir la qualité des données

- Définir une stratégie CRM évolutive et une gouvernance robuste
- Atelier pratique : Définir sa stratégie CRM et son plan d'évolution
- Superviser sa base et nettoyer ses données simplement

Module 5 - Le pilotage efficace avec les tableaux de bord (1h30)

Objectif : Créer des tableaux de bord sur-mesure pour suivre sa performance et éclairer ses décisions

- Définir et Organiser son système de reporting
- Composer des rapports personnalisés
- Atelier pratique : construire un rapport sur-mesure
- Améliorer son système de reporting au quotidien

Module 6 - Le quotidien simplifié avec les automatisations (1h)

Objectif : Appréhender la création des automatisations pour accélérer le quotidien

- Appréhender l'anatomie d'un workflow et créer des automatisations simples
- Atelier pratique : construire une automatisation simple

Pré-requis et déroulé de la formation

Les démonstrations et manipulations pourront être réalisées sur la plateforme client, notamment si la formation est dédiée à une entreprise unique. Dans ce cas, un accès Administrateur à la plateforme devra être communiqué au formateur au moins 7 jours avant la date de formation. Dans le cas contraire, les démonstrations et manipulations seront réalisées sur un compte démo du formateur. Dans ce cas, un supplément sera facturé en sus, correspondant à l'abonnement Hubspot nécessaire pour la réalisation de la formation dans les meilleures conditions.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF
- Fiches récap et modèles actionnables immédiatement

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. De nouvelles sessions de formation pourront être planifiées suite à cette session. Alternativement, une formation sur-mesure peut-être proposée suite à un diagnostic de situation, sur devis.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise.

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Josselyn

/Intégrateur CRM spécialisé Hubspot & RevOps

Intégrateur CRM (et Partenaire Solutions du CRM Hubspot), j'accompagne les statups, PMEs et TPEs B2B à structurer et développer leurs opérations autour d'une brique structurante : le CRM.

Mon bagage d'entrepreneur (10 ans en SaaS B2B) me permet d'intervenir sur les aspects stratégique, organisationnel et opérationnel pour fluidifier le quotidien et les aider à développer leur activité.
Résolument « customer-centric » et « problem-driven », je déploie des solutions technologiques sur-mesure au service de problématiques terrains et aide mes clients à tendre vers l'excellence opérationnelle.

Diplômes : Ingénieur ENSEEIHT + Certifications Hubspot

Fonction : +13 ans d'expérience : Entrepreneur (10 ans) et Intégrateur CRM (+3 ans)

Références Formation initiale et professionnelle :

kinéis · altagen solutions nomades · intent TECHNOLOGIES · hyperspread · France Travail

< Formation: Du marketing au commerce, des leads qualifiés et transformés />

INFOS CLÉS

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 2,5 jours

Nombre maximum de participants : 10

Pré-requis : aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Dates : à définir

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Version gratuite de ChatGPT

Description de la formation marketing et commerce

Pour relever les défis liés à l'alignement des équipes marketing et commerciales, cette formation propose un parcours structuré en 4 modules. Elle permet d'améliorer la gestion des leads, d'augmenter les taux de conversion et de renforcer la synergie entre ces deux fonctions clés.

Objectifs de la formation marketing et commerce

- Renforcer les compétences des équipes commerciales pour optimiser le traitement des leads marketing
- Augmenter leur taux de conversion
- Améliorer la collaboration et la cohésion entre sales & marketing
- Améliorer la pertinence et l'alignement des opérations et messages marketing avec la réalité commerciale

Programme de la formation marketing et commerce

Module 1 - Comprendre et catégoriser les leads entrants - 3H30

- **Introduction commune :**
  - Contexte et objectifs de la formation.
- **Définir et aligner les concepts clés :**
  - Comprendre les différents types de leads : froids, tièdes, chauds.
  - Clarifier les notions de MQL (Marketing Qualified Lead), SQL (Sales Qualified Lead), et ICP (Ideal Customer Profile).
  - Prioriser efficacement les leads grâce à des outils comme le lead scoring.
  - Identifier le rôle de chaque équipe dans le cycle de vie du lead.
- **Atelier interactif :**
  - Analyse des processus actuels de gestion des leads dans l'entreprise.
  - Identifier les points de friction entre les équipes marketing et sales.

Module 2 - Qualification et segmentation stratégique - 3H30

- **Créer un processus structuré pour gérer les leads entrants :**
  - Définir les étapes clés : réception, qualification, nurturing, suivi, et conversion.
  - Déterminer le temps de réponse optimal pour maximiser l'engagement des prospects.
- **Méthodes de qualification des leads :**
  - Maîtriser la méthode BANT (Budget, Authority, Need, Timing) et découvrir des alternatives adaptées.
  - Poser les questions pertinentes pour comprendre les besoins réels du prospect.
  - Prioriser les leads en fonction de leur potentiel de conversion.
- **Outils de segmentation et de priorisation :**
  - Utiliser un CRM (ex. Salesforce, HubSpot**)** pour gérer, segmenter et suivre les leads.
  - Automatiser les réponses initiales et les relances.
  - Configurer des alertes automatiques pour identifier les leads prioritaires.

Module 3 - Transformer les leads en opportunités - 7H

- **Construire une stratégie de contact percutante :**
  - Perfectionner les cold calls et les emails avec des approches personnalisées.
  - Identifier le timing idéal et utiliser des trigger events (événements déclencheurs) pour engager le lead au bon moment.
- **Les erreurs courantes à éviter :**
  - Se concentrer uniquement sur les leads chauds, en négligeant le potentiel des leads tièdes et froids.
  - Perdre du temps sur des leads mal qualifiés : savoir dire non.
  - Prendre un lead pour acquis.
- **Obtenir un rendez-vous qualifié :**
  - Techniques avancés de persuasion pour convaincre les leads hésitants.
  - Identifier et désamorcer les objections implicites dès la première interaction.

Module 4 - Excellence en rendez-vous commercial - 3H30

- **Phase de découverte : Comprendre le prospect en profondeur :**
  - Utiliser des techniques d'écoute active pour cerner les attentes et besoins.
  - Identifier les **douleurs (pain points)** et les enjeux clés du prospect.
  - Maîtriser l'art des questions : questions ouvertes, fermées, et exploratoires.
- **Construire un argumentaire de vente personnalisé :**
  - Appliquer la méthode **CAB (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices)**.
  - Créer un lien clair et convaincant entre les besoins du prospect et votre offre.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés
Quizz d'évaluation des connaissances

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF
- Replay mis à disposition
- Espace d'échange en ligne pendant toute la durée de la formation

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA Entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Mylène
/Formatrice

Forte de 10 ans d'expérience en vente, je me spécialise en prospection commerciale et cycle de vente complet. J'accompagne les entreprises en formant leurs équipes ou en gérant leur prospection, en restant toujours dans l'opérationnel pour garantir des formations adaptées à la réalité des sales.

Formatrice expérimentée

DUT information-communication(IUT Nancy)
Bachelor en marketing du luxe (ISEFAC)
Master 2 Management Marketing (Inseec)

Références Formation initiale et professionnelle :

Seedext bunji Pimpant BOKU respire

< Formation : Customer success management />

INFOS CLÉS

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14H

Nombre maximum de participants : 10

Pré-requis : aucun

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Dates : à définir

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Description de la formation customer success management

Cette formation a pour objectif de donner une vision claire et opérationnelle du Customer Success Management (CSM). Vous apprendrez à structurer votre relation client dès l'onboarding, mettre en place un suivi efficace, assurer un support de qualité et développer des actions de fidélisation. La pédagogie privilégie la pratique : chaque module inclut des ateliers concrets et applicables immédiatement.

Objectifs de la formation customer success management

- Maîtriser les étapes clés de la relation client (onboarding, suivi, SAV, fidélisation)
- Structurer des outils simples (CRM, plan de suivi, charte SAV)
- Adopter une posture proactive et orientée valeur ajoutée
- Concevoir un plan d'action pour améliorer la satisfaction et la fidélisation clients

Programme de la formation customer success management

JOUR 1

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30) : Onboarding client

Ice breaker et tour de table

Module 1 (45 min) - Importance des premiers pas
Comprendre pourquoi la phase d'onboarding est cruciale pour instaurer la confiance et poser les bases d'une relation durable.

Module 2 (1h15) - Étapes clés de l'onboarding
Découvrir les différentes phases du parcours d'onboarding et les bonnes pratiques d'engagement à mettre en place.

Module 3 (1h30) - Atelier pratique
Cartographier le parcours d'onboarding idéal d'un client type et identifier les points d'amélioration.

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30) : Le CRM client & organisation du suivi

Module 4 (1h) - Établir un panorama d'un CRM efficace
Présentation des principes d'un CRM simple et intuitif adapté à une petite équipe.

Module 5 (1h) - Structurer l'information client
Organisation des données pour centraliser contacts, projets et suivi relationnel.

Module 6 (1h30) - Atelier pratique
Construction d'une mini-base CRM et mise en place d'un calendrier de suivi client.

JOUR 2

DEMI-JOURNÉE 3 (3H) : Les actions pour entretenir la relation & l'engagement client

Module 7 (1h15) - Les bonnes pratiques du suivi & de la rétention
Mettre en place des rituels réguliers (points de contact, check-ins, newsletters, événements, programme de parrainage) pour maintenir un engagement constant.

Module 8 (1h) - SAV & productivité
Transformer les demandes entrantes en opportunités de satisfaction par une posture proactive, claire et empathique.

Module 9 (1h) - Atelier pratique
Conception d'un plan d'actions relation client (ex. calendrier de suivi, charte SAV, idées d'animations relationnelles) et/ou mise en situation sur des scénarios de réponses types.

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30) : Satisfaction & fidélisation clients

Module 10 (45min) - Mesurer la satisfaction
Découvrir les méthodes clés : enquêtes, NPS, feedback qualitatif, et leur rôle dans l'amélioration continue.

Module 11 (1h15) - Collecter & valoriser les avis clients Apprendre à concevoir un processus de collecte d'avis (questionnaires, moments clés, canaux) et transformer les retours clients en leviers de communication & d'évolution.

Module 12 (1h30) - Atelier pratique : transformer vos clients en ambassadeurs
Conception d'un plan d'action fidélisation adapté aux besoins de l'entreprise incluant : suivi de satisfaction, valorisation des avis clients, et mise en place d'initiatives pour transformer les clients en ambassadeurs.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Quiz rapides en fin de module
Restitution orale d'un atelier (par équipe ou individuel)
Évaluation finale : présentation d'un mini plan d'action relation client

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Ateliers pratiques & co-construction
- Echanges collectifs & études de cas
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible de scinder des modules et/ou d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session. Exemples :

- Cross-sell & upsell
- Comment limiter le churn au sein de l'entreprise ?
- Comment créer et animer une communauté de clients ?
- Sujet personnalisé selon les besoins

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA Entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Emma L.

/Customer success manager & integration notion

Experte en customer success management. Après plusieurs années à ce poste dans des startups, j'ai appris à être dans une démarche d'action vis à vis des clients. L'enjeu du quotidien est de ne subir le rush du quotidien (notamment lié au SAV) tout en créant de la valeur pour nos clients.

Depuis plus d'un an, j'accompagne des TPE/PME, startups et les freelances sur 2 sujets :

- La mise en place de projets & process qui augmentent la fidélisation, la satisfaction et/ou l'engagement des clients.
- L'intégration d'outils pour gagner en efficacité & en cohésion au sein des équipes (ex : Notion).

Mon objectif est simple : vous aider à transformer vos clients en ambassadeurs car ils construisent votre CA récurrent et votre image.

Références Formation initiale et professionnelle :

SmartOF NOWA HYPHEN coda_ the LUXURIST guestadom GROWGOOD DISRUPTIF AGENCE MARKETING

LA COLLAB ACADEMY

XI - Parcours digitalisation

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< MASTERCLASS : Marketing IA : Travailleur augmenté />

INFOS CLÉS

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Niveau : débutant à intermédiaire

Durée : 3h

Nombre maximum de participants : 50

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Matériel nécessaire : un ordinateur par participant / connexion WiFi

Version gratuite de ChatGPT

Modalité d'organisation : En distanciel

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la Masterclass

Encore une masterclass sur l'IA ? Pour que le changement s'opère, nous devons prendre le temps de s'acculturer, se projeter, débattre, et se nourrir de retours d'expérience. Posons-nous les bonnes questions : ***Quel est l'avenir du Marketing face à l'émergence de l'Intelligence Artificielle ? Comment l'IA peut soutenir les ressources marketing ? Comment faire de l'IA un véritable allié stratégique au profit de votre performance ?***

Programme de la masterclass IA

- Comment **définir** ce qu'est l'IA et tous les mots clés dérivés ? Etes-vous capables d'expliquer concrètement et faire la différence entre tous les concepts qui gravitent autour ?
- L'**Avenir des travailleurs :** intégration possible de l'IA au sein de son organisation.
- **L'art du prompt avec ChatGPT**
  - Qu'est-ce qu'un prompt ?
  - Comment le rédiger et être efficace pour ChatGPT ?
  - Les custom instructions sur ChatGPT
- **Applications principales (Use Cases) en marketing et communication.**
- Les **principaux outils** à connaître
- Conclusion : et au fait **IA et RSE**, c'est possible ?

Objectifs de la masterclass IA

- Comprendre les fondamentaux de l'IA, les enjeux pour nos métiers et ses applications en marketing.
- Les bases pour savoir prompter
- Découvrir les outils IA pour la création de contenu et la gestion des données.
- Identifier et exploiter les opportunités d'innovation pour rester compétitif.

< 87% des marketeurs utilisent actuellement l'IA, contre seulement 15% en 2015 selon Marketing Scoop />

Bonus inclus

🎁 Le **support** de formation en PDF
🎁 Le lien **replay** en accès illimité
🎁 La **retranscription** écrite par IA
🎁 Un **accès exclusif à un groupe Whatsapp** d'échange sur le sujet avec tous les participants
🎁 Un **quizz** d'évaluation des notions après la masterclass
🎁 Une **bibliothèque de prompts** à utiliser en diverses circonstances !

Tarifs

Sur Demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en trois fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formateurs

François
/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

Sophyline
/Formatrice

Consultante en stratégie webmarketing et projets de communication digitale, j'accompagne les entreprises à impact dans l'élaboration de leur stratégie digitale. Passionné et à l'écoute, j'aime contribuer à la montée en compétences de mes clients.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Excutive MBA, Stratégies Web Marketing & Projet Communication Digitale
Fonction : Meneur de projet : 6 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : IA et marketing : outils et stratégies innovantes />

INFOS CLÉS

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 21h + 3 à 7h par module complémentaire

Nombre maximum de participants : 10

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Dates : à définir

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Version gratuite de ChatGPT

Description de la formation IA et marketing

Comment intégrer une culture IA dans un service Marketing ? Pour se confronter aux défis technologiques qui révolutionnent le monde professionnel, cette formation de 6 modules permet de saisir le fonctionnement de l'IA et de ses applications dans le métier du marketing. Pour des mises en applications spécifiques sur certains métiers du marketing, 6 modules complémentaires vous sont proposés.

Objectifs de la formation IA et marketing

- Comprendre les fondamentaux de l'IA, les possibilités, limites et risques dans les métiers du marketing
- Comprendre l'utilité de l'intelligence artificielle dans les différentes étapes de la démarche marketing : étude, stratégie, opérationnel et gestion de projet
- Rédiger des prompts efficaces
- Identifier et s'approprier les outils de l'IA dans les métiers de la communication : création de contenu, gestion de données…
- Intégrer l'IA à tous les process d'une équipe

Programme de la formation IA et marketing

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - Compréhension de l'IA

- Définition de l'Intelligence Artificielle et son évolution dans le contexte du marketing.
- Présentation des différentes formes d'IA utilisées dans le marketing (IA generative, algorithme, machine learning, deep learning, etc.).
- Démystifier les idées reçues autour de l'IA

Module 2 - IA & RSE

RSE : Réflexion sur les implications éthiques et sociales de l'IA dans nos vies personnelles et professionnelles.

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 3 - IA : impact juridiques

Enjeux de l'IE et cadre juridique de l'IA :
- Introduction : définition, type d'IA ;
- Cadre juridique : IA Act, RGPD, spécificités sectorielles ;
- Appréhender les notions juridiques de l'intelligence artificielle au regard de l'IA act

Identifier les enjeux juridiques liés à l'utilisation de l'IA :
- Propriété intellectuelle et systèmes d'IA
- Protection des données à caractère personnel dans le cadre de l'utilisation de système d'IA
- Responsabilités attachées à l'utilisation des systèmes d'IA

Identifier les principes clés et obligations de l'IA Act :
- Niveaux de risque associés au SIA
- Statuts de déployeur et de fournisseur
- Obligations prévues par l'IA Act.

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 4 - Comment bien prompter ? - 3 mises en application pour la rédaction de contenu et la génération de visuels

- Comprendre les prompts simples et avancés
- Configuration et personnalisation de ChatGPT
- Concevoir des prompts efficaces pour générer des textes et des images.
- Co-créer une bibliothèque de prompts.

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 5 (1/2) - Stratégie de marketing IA, les cas d'usages et les principaux outils

- Les enjeux de l'IA dans la démarche marketing : opportunités et fiabilité.
- Utilisation de Perplixity pour les études de marché
- Audit et diagnostic avec l'IA : comment utiliser l'IA de la recherche de données, l'analyse et l'interprétation et la compréhension du marché.
- Identifier des cibles et segments de marché grâce à l'IA
- L'IA pour définir un positionnement et construire le mix-marketing.

DEMI-JOURNÉE 5 (3H30)

Module 6 (2/2) - Stratégie de communication IA, les cas d'usages et les principaux outils

- L'IA et le contenu de marque
- L'IA dans les mécaniques d'acquisition : inbound, outbound, SEO, SEA / régies publicitaires digitales.
- L'IA et les médias, l'événementiel
- Panorama des outils et plateformes d'IA pour les usages des communicants
- IA et communication responsable.

DEMI-JOURNÉE 6 (3H30)

Module 7 - IA & création visuelle

- Présentation et prise en main d'une IA (Midjourney, Flux ou DALL E)

Modules additionnels

IA & VIDÉO (3H30)

- Panorama, présentation et prise en main d'outils pour générer et traduire des vidéos (Minimax, Runway Gen3, Luma et Klingai)

IA & SEO / RÉDACTION DE CONTENU (3H30)

- Comment l'IA influence les classements SEO - Google & IA
- Utiliser des outils d'IA pour l'audit SEO et l'analyse
- Utiliser l'IA pour améliorer le ciblage de mots-clés et la rédaction de contenu optimisé.

IA & RÉSEAUX SOCIAUX (3H30)

- Trouver des idées de thèmes et sujets, identifier des tendances pour créer un calendrier et planning éditorial.
- Créer des contenus personnalisés et pertinents avec l'IA pour vos publications Instagram et Linkedin : texte + visuel.
- Semi-automatiser et programmer ses posts.

IA & GESTION DE PROJET (3H30)

- Identifier les cas d'usages de l'IA dans le management de projet.
- Phase de préparation : rédiger un cahier des charges, créer un planning, identifier les risques…
- Phase d'exécution : rédiger des comptes rendus, proposer des ODJ, avoir des idées d'animation de réunion, aide à la prise de décision ou résolution de problème…
- Faire des supports de présentation rapide avec gamma.app

IA & PROSPECTION (3H30)

- Comment l'IA transforme les processus de prospection et améliore l'efficacité des équipes commerciales.
- Identifier et qualifier des leads avec l'IA
- Personnaliser les approches de prospection grâce à l'IA : personnalisation emails, messages, appels et campagnes en fonction des préférences et du profil des prospects

AUTOMATISATION & IA (7H)

- Les outils et les applications d'IA pour la gestion des tâches et des projets.
- Automatiser les tâches répétitives grâce à des outils comme Make ou Zapier
- Utiliser l'IA des fonctions de filtrage, gestion et priorisation d'informations et/ou des documents.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés
Quizz d'évaluation des connaissances

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF
- Replay mis à disposition
- Espace d'échange en ligne pendant toute la durée de la formation

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Formules	INTRA	Sur Demande entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%
Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formateurs

François
/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

Emilie
/Formatrice marketing & IA

Avec une approche personnalisée et proactive, je vous aide à développer votre activité professionnelle avec ChatGPT, Gemini, Midjourney et bien d'autres... L'outil vient décupler votre expertise et vous faire gagner un temps précieux pour vous consacrer à ce qui compte vraiment : l'Humain.

Formatrice expérimentée

Master Marketing Ventes - IGR IAE Rennes
Certification Leadership - HEC Paris
Diverses formations IA & Marketing digital

Références Formation initiale et professionnelle :

< IA Responsable : Encadrer sans freiner />

INFOS CLÉS /FORMATION COURTE NON CERTIFIANTE

Public visé : Responsable RSE / Responsable Communication / DRH / Dirigeant

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Description de la formation

Comment déployer l'IA dans votre organisation sans compromettre vos engagements RSE ? Cette formation de 4 demi-journées permet aux dirigeants et responsables RSE d'identifier les vrais risques, d'encadrer les usages actuels (y compris le Shadow AI) et de construire un cadre opérationnel aligné avec leurs valeurs.

Chaque module produit un livrable actionnable immédiatement.

Objectifs de la formation

- Identifier et cartographier les usages IA actuels dans l'organisation (y compris Shadow AI)
- Appréhender les impacts RSE de l'IA sur les 3 piliers : environnement, social, gouvernance
- Évaluer chaque cas d'usage avec une grille de décision simple (GO / GO sous conditions / STOP)
- Construire un cadre opérationnel : règles d'usage, politique outils, matrice données
- Choisir des outils cohérents avec les exigences RSE, RGPD et souveraineté

Programme de la formation

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et diagnostic collectif (15 min) : Vos usages IA actuels et vos enjeux RSE

Module 1 (1h) - IA en entreprise : promesses, limites et Shadow AI L'IA dans les organisations : ce qu'elle fait vraiment, ce qu'elle ne sait pas faire, pourquoi elle "hallucine". Les zones à risques : données sensibles, décisions automatisées, dépendances techniques. Le Shadow AI : pourquoi ça arrive, ce que ça coûte, comment le repérer.

Module 2 (1h) - Les 3 piliers RSE impactés par l'IA Pilier Environnement : consommation énergétique (entraînement vs usage), empreinte carbone, ressources. Pilier Social : transformation des métiers, gestion RH, risques psychosociaux, inclusion numérique. Pilier Gouvernance : biais algorithmiques, transparence des décisions, protection des données, responsabilité juridique. Comprendre les arbitrages nécessaires entre innovation et impact.

Module 3 (1h30) - Atelier : Cartographie des usages IA et évaluation des risques Identifier tous les usages IA actuels dans l'organisation (déclarés et Shadow AI). Classer par type : recherche, création de contenu, automatisation, aide à la décision. Évaluer avec la méthode "feux tricolores" : vert (faible risque) / orange (risque modéré) / rouge (risque élevé). Critères : type de données, criticité de la décision, impact métier. Construction collective du registre V0.

Livrable : Mini registre des usages IA avec niveau de risque (format 1 page)

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 1 (1h) - Impact environnemental de l'IA : comprendre et arbitrer L'empreinte réelle : différence entre modèles (GPT-4 vs Mistral vs modèles légers). Entraînement vs inférence : où se situe vraiment l'impact de VOS usages. Sobriété numérique appliquée à l'IA : réduire les requêtes inutiles, optimiser les prompts, mutualiser les usages. Arbitrer intelligemment : quand l'IA réduit votre impact global (exemple : optimisation logistique).

Module 2 (1h) - Atelier : Prompts efficaces = prompts sobres Méthode de prompt sobre : contexte minimal, format attendu, critères qualité, limites claires. Réduire les allers-retours (principal levier d'économie). Exercices pratiques sur vos cas d'usage réels : améliorer un prompt gourmand en requêtes.

Module 3 (1h30) - Construire vos règles de sobriété IA Atelier collaboratif de co-création des règles d'usage. Définir ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas : types d'usages autorisés, limites de fréquence, validation pour usages lourds. Rédiger 10 règles de sobriété actionnables et diffusables. Définir qui valide quoi (niveaux de responsabilité).

Livrable : Document "10 règles de sobriété IA" prêt à diffuser en interne

Programme de la formation

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 1 (1h) - Pilier Social : biais, emploi et inclusion Origine des biais algorithmiques : données d'entraînement, conception, usage. Types de biais : genre, origine, âge, handicap, situation sociale. Où se cachent les biais dans VOS processus : recrutement, communication, service client, évaluation. Impact sur l'emploi : quels métiers transformés dans votre secteur, comment accompagner sans exclure. Inclusion numérique interne : fracture digitale, accompagnement des équipes.

Module 2 (2h30) - Atelier métiers : détecter et corriger les biais Travail en sous-groupes par fonction (RH / Com-Marketing / Support-Ops / autre selon participants). Analyse de cas concrets pré-préparés avec biais intégrés : offre d'emploi, contenu RSE, processus décisionnel. Identification collective des biais présents. Retravail des contenus pour éliminer les biais. Partage en plénière et construction de fiches garde-fous par métier : risques identifiés, règles à appliquer, validation humaine nécessaire.

Livrable : Fiches garde-fous par métier (RH, Com, Support) avec check-list anti-biais

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 1 (1h) - Gouvernance : données, juridique et souveraineté Protection des données : ce qu'on ne met JAMAIS dans l'IA (données clients nominatives, données sensibles RH, secrets industriels). Méthode d'anonymisation simple (placeholders). RGPD et IA : responsabilités, traçabilité, droit à l'explication. IA Act : logique de niveaux de risque, obligations selon votre rôle (déployeur/fournisseur). Souveraineté numérique : enjeux géopolitiques, dépendances technologiques, solutions européennes vs américaines. Grille de choix d'outils selon 3 niveaux de sensibilité : usage public / interne / données sensibles.

Module 2 (2h) - Atelier : Politique outils et matrice données Co-construction de la politique outils en 3 niveaux : outils autorisés sans restriction (ex : recherche publique), outils autorisés sous conditions (ex : création interne), outils interdits (données sensibles). Pour chaque niveau : quels outils, quelles règles, qui valide. Construction de la matrice données : OK / OK anonymisé / Interdit. Exemples concrets par type de données (clients, RH, finance, stratégie). Définir les responsabilités : qui est garant, qui contrôle, processus de validation des nouveaux cas d'usage.

Module 3 (30 min) - Intégrer l'IA dans votre démarche RSE existante Comment communiquer sur vos choix IA auprès du comex, des équipes, des parties prenantes. Intégrer dans votre reporting RSE : indicateurs clés à suivre (nombre d'usages, empreinte carbone estimée, formations réalisées). Valoriser votre démarche responsable (clients, audits, labels).

Livrable : Politique outils (3 niveaux) + Matrice données OK/anonymisé/interdit

Module complémentaire

Atelier co-création de charte IA responsable (3h30) :

Méthodologie de co-création avec parties prenantes. Définir principes, engagements, interdits, processus de validation. Rédaction collaborative. Plan de déploiement et communication.

Livrable : Charte IA responsable finalisée et prête à déployer

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

TARIF

Possibilité de financement jusqu'à 100%

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	10	2	**SUR DEMANDE**
			Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI) *Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter*

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Master Marketing Communication - TBS

Diverses formations IA & Marketing digital

Céline

/Formatrice IA & Responsable communication

Consultante en communication stratégique et formatrice en IA, j'accompagne depuis + de 20 ans les entreprises à valoriser leur singularité.
Je forme vos équipes à transformer l'IA en levier de performance concret : plus de productivité, une stratégie affûtée, des résultats accélérés, des talents augmentés, le tout dans un cadre responsable et éthique.

"L'IA Responsable ne remplace pas votre expertise, elle la démultiplie au service de votre impact."

Formateur

François

/Project Manager IA & Data

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Passionné par l'apprentissage, je suis diplômé en gestion, journalisme, coaching et data analyse. Je puise dans mes expériences et connaissances pour construire des projets où l'humain reste au centre et où la technologie vient à son service. Je collabore notamment avec Andra, une startup de l'EdTech où je mets en place un système d'automatisation lié à de la formation des équipes Sales et avec la plateforme BelRefugees dans le cadre de la collecte de fonds de l'ONG.

< Formation : Data strategy />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation data

Pour faire de la data un véritable atout d'entreprise, cette formation de 4 modules vous permet de prendre la main sur vos données et leur exploitation, en mêlant approche théorique et activités pratiques.

Objectifs de la formation data

- Identifier les enjeux de la data et de son exploitation
- Identifier les cas d'usages de la data pour son entreprise, notamment dans le domaine Marketing
- Conduire un projet data via les méthodologies adaptées

Programme de la formation Data

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 : La data comme atout d'entreprise

Présentation générale du monde de la data et de l'IA

Illustration de cas d'usages fort (exemples chez d'autres entreprises)

Focus sur les cas d'usages Data Marketing

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 2 Quels usages de la data en entreprise ?

Identifier et qualifier un cas d'usage data

Comprendre l'écosystème data existant dans son entreprise

Atelier d'idéation de cas d'usages data

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 3 Conduire et réussir un projet data

Les ressources humaines et technologiques pour des projets data

Les méthodologies spécifiques aux projets data

Comment et quand doit intervenir un directeur, directrice, de projet data

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 4 Cas pratique de mise en oeuvre d'un projet data

Qualification du cas d'usage data

Récupération et traitement des données

Construction d'un dashboard de restitution des résultats

Partage au sein de l'entreprise

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Paul
/Formateur

Ingénieur en science des données, j'ai pu conduire en autonomie et en équipe de nombreux projets Data & IA dans tous les secteurs. Avec une appétence pour le formation, j'interviens régulièrement sur des programmes de formation Data aussi bien stratégique qu'opérationnel.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Ingénieur de l'école CentraleSupélec (2015)

- Formateur régulier auprès de plusieurs Bootcamp Data (EMIL, Le Wagon, Artefact School of Data)
- Construction et conduite d'une formation « Data & IA pour le management » sur 4 jours pour 30 directeur, directrice,s Carrefour
- Construction et conduite (avec équipe support) d'une formation « Data pour les opérationnels » auprès de 100 collaborateurs Carrefour (nombreuses sessions régulières dans le temps)
- Formation « Data et Visualisation de données » d'une équipe de 10 personne chez Van Cleef & Arpels

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Web3 - NFT - Metavers />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication,Responsables innovation, Responsables data

Durée : 2 jours **-** 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation Web3

Web 3 - nft - metavers les bases pour vous immerger
Cette formation concrète et pragmatique est illustrée par de nombreux exemples pratiques issus d'une expérience et d'un savoir-faire acquis sur de nombreux projets de taille variée au sein d'entreprises de différents secteurs. Elle vise à partager les différentes technologies, les applications potentielles et prometteuses, les modèles sémantiques spécifiques, les positionnements pour les bases de données distribuées.

Objectifs de la formation Web3

- Disposer d'une vision complète du domaine
- Analyser les opportunités pour votre organisation
- Etudier la différence entre Les Blockchain depuis 2008
- Appréhender le concept de NFT, son achat sa revente,
- Appréhender l'intégration dans un métavers

Programme de la formation web 3

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 - LA BASE THÉORIQUE

- Introduction : Taille du marché. Verbatim.

vocabulaire

- L'Histoire

- Les bases techniques : le socle des blockchains. Les III blockchains. La tokenisation financière. La tokenisation comptable et les Nfts. Le WEB 3.0. les Métavers 1.0 et 2.0.

- La définition

- Le Glossaire META : Réalité augmentée. Réalité virtuelle. Réalité Mixte. Réalité étendue. Crypto. Coin/ token. ICO.AR. NFT. Irl. ETC

- Composants : Nfts. Avatars. Terrains. Bâtiments. Artefacts. Véhicules. 3D temps réel.

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 2 - LA BASE THÉORIQUE (SUITE)

- Chaîne de valeurs : L'Expérience. La découverte. Creator Economy. L'informatique

spatiale. La décentralisation. L'interface humaine. L'infrastructure. L'immersif. La

Méta-information.

- L'Exemple d'OMNIVERSE : Relecture croisée.

- Les différents modèles de METAVERS : Relecture croisée.

- Les applications : @Gaming Roblox. @teletravail. @Santé. @Sport. @Luxe. @Médias.

- L'Exemple de la Corée du Sud : Relecture croisée.

- Les chiffres Utilisateurs

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 3 - LA BASE PRATIQUE

- Introduction : LA CRYPTO MONNAIE en

temps réel. Benchmark.

Présentiel uniquement : Création d'un @coffre –fort : Fourniture d'une clé LEDGER. Configuration.Fourniture de crypto monnaie test @TEZOS;

- Création de wallet en TEZOS et en ETHER

Création des comptes. Didacticiel.

Accompagnement. Usage.

- Création de compte sur les plateformes OPENSEA et OBJEKT. Ouverture des comptes. Navigation. Analyse comparée des plateformes. Benchmark global.

- Nfts : Création de Nfts. Achat de Nfts. Création de collection. Mintage. Analyse du marché des Nfts depuis

2020. Advisory.

- METAVERS : Benchmark des typologies. Navigation assistée. Achat de terrain et fourniture de celui-ci au client.

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 4 - CAS D'USAGE PAR SECTEUR ET PAR ACTIVITÉ

1. Management d'entreprise
2. RSE
3. Marketing et publicité

Spécialisation possible par secteur : Assurances, Banques, Immobilier, Mode et Luxe, Santé, Tourisme voyage, Sport et Fitness, Agroalimentaire, Cinéma, Catering, Retail, Vins et spiritueux, Automobile, Silver economy, Écoles de formations, Secteur public, Construction, Hôtellerie, Presse, Voyage

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Emmanuel

/Formateur

Metavers Strategist - CEO chez AZTEQ et Vice Président FRANCE META / #AzteqMeta / #Métavers et #NFTs / #Blockchain leader/ membre du bureau d'Insurtech France co fondateur et VP Chez France Meta ✅ Argus author.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Automatisation no-code />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 18h

Date : A définir

Programmes : Choisissez les programmes des outils, les niveaux et programmes complémentaires qui vous conviennent

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation automatisation no code

Automatisez vos processus et optimisez votre activité

Pour simplifier vos processus, concevoir des solutions sur mesure et maximiser votre productivité, cette formation personnalisable s'adapte à vos besoins et combine les outils et niveaux qui vous conviennent, pour en exploiter tout le potentiel.

Objectifs de la formation automatisation no code

- Créer des automatisations pour gagner du temps et réduire les tâches répétitives
- Concevoir des solutions sur mesure sans compétences techniques avancés.
- Optimiser la gestion de projets avec des outils no-code intuitifs.
- Développer une autonomie numérique pour booster votre activité professionnelle.

Programme de la formation automatisation no code

Comprendre Et Exploiter Les Apis
Demi-Journée 1 (3h)

Module 1 (30 min) - Les bases des APIS
Comprendre les bases des APIs et du JSON.

Module 2 (30 min) - Documentation API
Apprendre à lire la documentation API.

Module 3 (2H) - Utilisation avancés des APIs
Utilisation poussée des APIs dans des outils no-code comme Make ou Zapier. Gestion des authentifications.

Intro Aux Ia Génératives En No-Code
Demi-Journée 2 (3h)

Module 4 (30 min) - Comprendre les IA génératives
Bases et fonctionnement de LLMs comme ChatGPT

Module 5 (30 min) - Ecrire des prompts efficaces.
Apprendre les bases du promptings et frameworks.

Module 6 (2H) - Automatiser les usages de l'IA
Intégration de l'IA dans des workflows automatisés. Cas pratiques.

Améliorer Sa Productivité
Demi-Journée 3 (3h)

Module 7 (30 min) - Organisation et priorisation des tâches
Comment structurer et prioriser ses tâches efficacement.

Module 8 (30 min) - Amélioration de l'espace de travail
Apprendre à lire la documentation API.

Module 9 (2H) - Automatisations avec IA et No-code
Automatisation des tâches répétitives via des cas pratiques.

Cartographie Des Processus
Demi-Journée 4 (3h)

Module 10 (30 min) - Identifier et documenter les processus
Comprendre et structurer les processus métiers. Techniques pour les cartographier

Module 11 (30 min) - Modélisation des processus (workflows)
Création de modèles visuels clairs. Outils et techniques pour réaliser ses workflows

Module 12 (2H) - Cas pratiques de modélisation
Identification des étapes à automatiser. Réalisation de cas pratiques et corrections.

Expressions Régulières (Regex)
Demi-Journée 5 (3h)

Module 13 (30 min) - Découverte des expressions régulière.
Comprendre les bases des regex (manipulation des données textuelles) et leur impact dans le domaine de l'automatisation.

Module 14 (30 min) - Fondamentaux pour écrire des regex.
Création de regex efficaces et lisibles. Utilisation des caractères spéciaux et drapeaux.

Module 15 (2H) - Cas pratiques d'écriture de regex dans le no-code
Appliquer les regex dans outils no-code. Cas pratiques pour extraire et manipuler des bases textuelles.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

François
/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Automatisation avec make />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 18h

Date : A définir

Programmes : Choisissez les programmes des outils, les niveaux et programmes complémentaires qui vous conviennent

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation automatisation make

Automatisez vos processus et optimisez votre activité

Pour simplifier vos processus, concevoir des solutions sur mesure et maximiser votre productivité, cette formation personnalisable s'adapte à vos besoins et combine les outils et niveaux qui vous conviennent, pour en exploiter tout le potentiel.

Objectifs de la formation automatisation make

- Créer des automatisations pour gagner du temps et réduire les tâches répétitives
- Concevoir des solutions sur mesure sans compétences techniques avancés.
- Optimiser la gestion de projets avec des outils no-code intuitifs.
- Développer une autonomie numérique pour booster votre activité professionnelle.

Programme de la formation automatisation make

JOURNÉE 1 (6H) : niveau débutant

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H30) - Découverte de l'interface de Make
Introduction à Make et à ses cas d'utilisation. Naviguation dans l'interface (modules, scénarios, déclencheurs). Explication des déclencheurs, actions et opérations. Exemple via un premier scénario.

Module 2 (1H30) - Comprendre les concepts fondamentaux du no-code dans Make
Explication des bundles, filtres et routeurs. Les formules dans Make. Manipulation des données de type texte, nombres et dates. Mises en pratique.

Module 3 (1H30) - Création de scénarios et bonnes pratiques
Elaboration de scénarios intégrant des outils courants. Automatisation de tâches récurrentes. Documentation des scénarios pour faciliter leur gestion.

Module 4 (1H30) - Résolution de problèmes et optimisation
Guide sur des problèmes courants et leur résolution. Analyses collectives. Sécurisation des flux. Introduction au test et gestion des erreurs dans Make.

JOURNÉE 2 (6H) : niveau intermédiaire

Module 5 (2H) - API et Webhooks dans Make
Introduction aux API. Module HTTP dans Make. Création et gestion de webhooks. Mise en pratique.

Module 6 (2H) - Programmation visuelle avancé dans Make
Manipulation de structures complexes (arrays, collections, mapping, boucles, etc.). Introduction au format JSON.

Module 7 (2H) - Mise en pratique : gestion d'un projet automatisé
Automatisation complète d'un process métier. Création de scénarios multi-étapes avec des intégrations variées.

JOURNÉE 3 (6H) : niveau expert

Module 8 (2H) - Agrégation des données
Apprendre à grouper, trier et filtrer des données. Création de structures personnsalisées. Utilisation de formules imbriquées et switch. Mise en pratique.

Module 9 (1H) - Le Data Store de Make
Stocker des données dans Make avec le Data Store. Recherche et suppression de données. Mise en pratique.

Module 10 (1H30) - Fonctionnalités avancés
Création de Custom Apps. Utilisation de l'API de Make. Scénarios avec authentification (OAuth2)

Module 11 (1H30) - Projet Avancé
Création d'un projet CRM intégré, utilisant webhooks, APIs et stockage de données.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés :

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

François
/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Automatisation avec zapier />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 18h

Date : A définir

Programmes : Choisissez les programmes des outils, les niveaux et programmes complémentaires qui vous conviennent

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation automatisation zapier

Automatisez vos processus et optimisez votre activité

Pour simplifier vos processus, concevoir des solutions sur mesure et maximiser votre productivité, cette formation personnalisable s'adapte à vos besoins et combine les outils et niveaux qui vous conviennent, pour en exploiter tout le potentiel.

Objectifs de la formation automatisation zapier

- Créer des automatisations pour gagner du temps et réduire les tâches répétitives
- Concevoir des solutions sur mesure sans compétences techniques avancés.
- Optimiser la gestion de projets avec des outils no-code intuitifs.
- Développer une autonomie numérique pour booster votre activité professionnelle.

Programme de la formation automatisation zapier

JOURNÉE 1 (6H) : niveau débutant

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H30) - Introduction et premiers pas avec Zapier
Découverte de Zapier et de son interface (Dashboard, connexions, zaps, etc.). Création d'un premier zap.

Module 2 (1H30) - Fonctionnalités fondamentales de Zapier
Planification et gestion des automatisations dans le temps. Ajout de filtres. Introduction au traitement des données. Mises en pratique.

Module 3 (1H30) - Fonctionnalités poussées de Zapier
Introduction aux bases de données de Zapier. Automatisations de flux simples. Gestion et analyse des erreurs. Optimisations des scénarios. Cas pratiques.

Module 4 (1H30) - Création d'automatisations
Application des concepts sur des cas concrets.

JOURNÉE 2 (6H) : niveau intermédiaire

Module 1 (1H30) - Manipulation des données
Traitement et transformation de données textes, nombre et dates. Extraction d'informations. Mise en pratique.

Module 2 (1H30) - Fonctionnalités avancés
Agrégation de contenu et flux RSS dans Zapier. Cas pratiques.

Module 3 (1H30) - Les APIs dans Zapier
Introduction aux APIs. Utiliser l'IA via des appels API. Exemples pratiques.

Module 4 (1H30) - Projet d'automatisation complet
Automatisation complète d'un process métier avec intégration de plusieurs outils.

JOURNÉE 3 (6H) : niveau expert

Module 1 (1H30) - Optimisation avancé
Introduction aux paths. Utilisation des sub-zaps pour factoriser les automatisations. Gestion des erreurs dans des scénarios complexes. Cas pratiques.

Module 2 (1H30) - Stockage et traitement avancé des données
Utilisation du stockage de Zapier. Manipulation des listes et des piles de données. Utiliser des APIs pour enrichir des données. Mise en pratique.

Module 3 (1H30) - Travail avec des structures complexes et boucles.
Introduction aux boucles et line-items. Optimisation des performances. Tests et exemples.

Module 4 (1H30) - Projet global
Application de toutes les compétences acquises dans un projet global, comme la gestion d'un CRM.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

François
/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Automatisation avec Notion />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 18h

Date : A définir

Programmes : Choisissez les programmes des outils, les niveaux et programmes complémentaires qui vous conviennent

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation automatisation notion

Automatisez vos processus et optimisez votre activité

Pour simplifier vos processus, concevoir des solutions sur mesure et maximiser votre productivité, cette formation personnalisable s'adapte à vos besoins et combine les outils et niveaux qui vous conviennent, pour en exploiter tout le potentiel.

Objectifs de la formation automatisation notion

- Créer des automatisations pour gagner du temps et réduire les tâches répétitives
- Concevoir des solutions sur mesure sans compétences techniques avancés.
- Optimiser la gestion de projets avec des outils no-code intuitifs.
- Développer une autonomie numérique pour booster votre activité professionnelle.

Programme de la formation automatisation notion

JOURNÉE 1 (6H) : niveau débutant

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H30) - Découverte de Notion et ses fondamentaux
Comprendre les bases de Notion et prise en main de l'outil. Création de premières pages. Exploration des blocs. Mises en pratique.

Module 2 (1H30) - Manipulation des blocs et gestion des pages.
Maîtriser les blocs et construire des pages efficaces. Cas pratiques.

Module 3 (1H30) - Introduction aux bases de données
Découverte des élements des bases (texte, nombre, date, sélection). Vue liste, tableau et Kanban. Exemples concrets.

Module 4 (1H30) - Exploiter les bases de données
Utiliser les vues pour optimiser l'organisation des données. Filtrages et tri des données. Etudes de cas.

JOURNÉE 2 (6H) : niveau intermédiaire

Module 1 (1H30) - Bases de données avancés
Approfondissement de la gestion et l'organisation des données. Création de relations, rollups et automatisations.

Module 2 (1H30) - Les formules dans Notion
Introduction aux formules, logique, manipulation de textes, nombres et dates. Mises en pratique.

Module 3 (1H30) - Les workflows dans Notion
Mise en place de workflows automatisés à l'aide de templates. Importation et exportation de données entre outils.

Module 4 (1H30) - Projet intermédiaire
Appliquer les compétences intermédiaires avec des cas concrets.

JOURNÉE 3 (6H) : niveau expert

Module 1 (1H30) - Automatisations dans Notion
Découverte des automatisations internes dans Notion. Création de boutons pour déclencher des actions. Automatisations avancés avec templates dynamiques. Cas pratiques.

Module 2 (1H30) - Automatisations externes et API
Découverte des API et intégration avec d'autres outils d'automatisation. Etude de cas : synchronisation de CRM.

Module 3 (1H) - Collaboration dans Notion
Travail en équipe dans Notion. Gestion des droits et niveaux d'accès. Fonctionnalités de collaboration et espaces de travail.

Module 4 (2H00) - Projet final
Construction d'un système opérationnel (OS) pour piloter une structure.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

François
/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Automatisation avec Airtable />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 18h

Date : A définir

Programmes : Choisissez les programmes des outils, les niveaux et programmes complémentaires qui vous conviennent

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation automatisation airtable

Automatisez vos processus et optimisez votre activité

Pour simplifier vos processus, concevoir des solutions sur mesure et maximiser votre productivité, cette formation personnalisable s'adapte à vos besoins et combine les outils et niveaux qui vous conviennent, pour en exploiter tout le potentiel.

Objectifs de la formation automatisation airtable

- Créer des automatisations pour gagner du temps et réduire les tâches répétitives
- Concevoir des solutions sur mesure sans compétences techniques avancés.
- Optimiser la gestion de projets avec des outils no-code intuitifs.
- Développer une autonomie numérique pour booster votre activité professionnelle.

Programme de la formation automatisation airtable

JOURNÉE 1 (6H) : niveau débutant

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1H30) - Introduction et fondamentaux d'Airtable
Comprendre les bases d'Airtable. Compréhension d'une base de données relationnelle. Prise en main et création d'une première table.

Module 2 (1H30) - Fonctionnalités essentielles
Maîtriser le tri, les filtres et les regroupement de données. Cas pratiques

Module 3 (1H30) - Exploration des vues
Exploiter les vues pour afficher les données de manière efficace (Kanban, calendrier, galerie, liste). Création de formulaires. Exemples concrets.

Module 4 (1H30) - Relations entre tables
Découverte des connections entre bases. Transformation d'un champ en relation pour lier des bases. Etudes de cas.

JOURNÉE 2 (6H) : niveau intermédiaire

Module 1 (1H30) - Introduction aux formules
Utiliser des formules dans Airtable (logique, texte, nombres et dates). Création de formules conditionnelles. Manipulation des données. Mise en pratique.

Module 2 (1H30) - Fonctionnalités avancés
Exploiter les lookups, rollups et counts d'Airtable. Création de boutons pour déclencher des actions. Vues Gantt et Timeline. Mises en pratique.

Module 3 (1H30) - Utiliser les apps
Découverte du marketplace des apps et exemples d'utilisation. Gestion du travail en équipe et documentation.

Module 4 (1H30) - Projet intermédiaire
Appliquer les compétences intermédiaires avec des cas concrets.

JOURNÉE 3 (6H) : niveau expert

Module 1 (1H30) - Modélisation avancé des bases dans Airtable.
Conception de modèles complexes. Tables synchronisées, tables de jonction et filtres avancés. Challenges.

Module 2 (1H30) - Automatisations de workflows dans Airtable
Introduction aux automatisations et déclencheurs internes et externes. Actions conditionnelles. Mises en pratique.

Module 3 (1H) - API et écosystème dans Airtable
Récupération des données via des APIs externes. Création de tableaux croisés dynamiques avec les tables pivots. Interfaces utilisateurs. Exemples concrets.

Module 4 (2H00) - Projet final
Construction d'un système complet avec une interface utilisateur dans Airtable.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

François

/Formateur

Expert en projets mélangeant l'intelligence artificielle, l'automatisation et la formation, j'accompagne les freelances, startups et organisations dans la mise en place de projets augmentant la productivité et la créativité. Je crois aux possibilités offertes par les IA et qu'à l'avenir, chacun pourra dans son quotidien devenir plus performant et se réaliser pleinement.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Gestion, journalisme, coaching data et analyse
Fonction : Project Manager & IA

Références Formation initiale et professionnelle :

LA COLLAB ACADEMY

XII - Parcours RH & marque employeur

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Employee Advocacy />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 8

Description de la formation employee Advocacy

Advocacy : propulsez vos collaborateurs sur les reseaux sociaux

Cette formation vous permet d'appréhender l'ensemble des outils et stratégies à employer pour la conduite d'un programme d'Employee Advocacy performant. De la structuration de la démarche aux conseils pratiques de recrutement d'ambassadeurs, et de la conception d'un programme de formation aux jeux-concours internes à lancer.

Objectifs de la formation employee Advocacy

- Définir son programme Employee Advocacy sur la base des meilleures pratiques
- Identifier une cible de contenus à partager, d'animations, d'objectifs chiffrés
- Organiser un Kick-off et les grandes animations de l'année
- Définir des indicateurs de suivi et des méthodes de pilotage
- Conseils et benchmark

Programme de la formation employee Advocacy

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1h30)
Les enjeux de l'Employee Advocacy
Panorama des tendances et des pratiques d'ambassadorat sur les réseaux sociaux.

Module 2 (2h)
Préparer la prise de parole des collaborateurs
Méthode de pilotage du projet en interne, de l'audit jusqu'à la séquence de conviction des instances dirigeantes.

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 3 (1h30)
La création d'un programme réussi
Règles et bonnes pratiques en matière de création, branding, mode de fonctionnement d'un programme.

Module 4 (2h)
L'organisation de la journée de lancement
Le coup de feu du programme, avec la participation des acteurs clés dans un contexte adapté aux objectifs.

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 5 (1h45)
Les différents types de contributions
Stratégies et tactiques de prise de parole propres à la contribution des collaborateurs sur les réseaux sociaux.

Module 6 (1h45)
L'accompagnement des ambassadeurs
Plannings et activations permettant aux ambassadeurs de monter en compétences et se sentir soutenus dans leurs efforts.

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 7 (2h)
L'animation continue de la communauté
Communautés, groupes, newsletters et autres jeux-concours permettant de créer une émulation fluide et saine entre les ambassadeurs.

Module 8 (1h30)
Les règles d'or de votre programme
Des conseils précis par rapport à des cas d'entreprises connus !

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Ateliers de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme proposé est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande
Formules INTRA entreprise
Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formateur

Hugo

/Formateur

Spécialiste de la transformation digitale des entreprises et institutions, je suis formateur professionnel depuis 15 ans.

Formation initiale : ESCP, EM Lyon, CELSA
Formation professionnelle : Visiplus, Les Echos

Formatrice expérimentée

Diplôme : ISC Paris + EGE (2004)
Fonction Consultant : 5 ans
Fonction directeur, directrice, digital : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 10 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

LVMH · Avril · Interflora · Publicis · bcw · Nivea · Lesieur · Seraphin Legal · FeedMarket.fr

Formatrice

Stéphanie

/Formatrice Leader & Employee Advocacy

Marketeure digitale passionnée & formatrice en Leader & Employee Advocacy sur Linkedin et TikTok, j'interviens auprès de PME, ETI et grands groupes pour les aider à accroître leur visibilité en ligne, (ré)-engager leurs équipes internes, recruter et vendre, grâce à la prise de parole individuelle et collective sur les réseaux de leurs collaborateurs, managers et dirigeants. Une formation actionnable avec des résultats visibles immédiatement.

BA Hons Business & Marketing Management - Oxford Brookes Univerty (UK)
Certifications Notion Advanced, Notion Workflows, Notion Essentials
Diverses formations en Marque Personnelle & Marketing digital

SAINT-GOBAIN · LA COLLAB · SupdePub INSEEC U. · ALPOL COSMÉTIQUE · GL events

< Formation : L'expérience candidats et recrutements />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication , RH

Durée : 14h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation experience candidats et recrutements

Optimiser l'expérience candidats et réussir vos recrutements
Pour se confronter aux défis de la guerre des talents, cette formation de 5 modules vous permet de prendre la main sur votre processus de recrutement au service d'une expérience candidats optimale, en mêlant approche théorique et activités pratiques.

Objectifs de la formation experience candidats et recrutements

- Déterminer les besoins en recrutement en lien avec la stratégie d'entreprise
- Formaliser le persona et le contenu adapté à sa cible
- Optimiser la structuration du processus de recrutement
- Effectuer l'analyse des KPI et ajuster les actions mises en places

Programme de la formation experience candidats et recrutements

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (3H30) - Organiser et suivre le processus de recrutement

Définir son besoin et construire sa stratégie pour chaque projet de recrutement.
Transformer ses enjeux business en recrutement prolifique.
Impliquer et coordonner les parties prenantes
Déterminer les moyens alloués
Poser les jalons

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 2 (3H30) - Rédiger une annonce impactante

Elaborer son persona candidat pour rédiger l'annonce permettant d'optimiser le volume et / ou la qualité des candidatures reçues, tout en améliorant sa marque employeur.

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 3 (3H30) - Mener des entretiens de recrutement pour offrir une expérience positive

Choisir son format d'entretien à privilégier.
Préparer des déroulés d'entretien adaptés.
Construire une expérience d'entretien en lien avec sa marque employeur et sa culture d'entreprise.
Recourir à des techniques de questionnement et d'évaluation efficaces et pertinentes.

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 4 (1H30) - Analyser la performance des actions menées

Déterminer les facteurs clés de succès d'un ou des recrutements.
Mettre en place des indicateurs pertinents
Déployer des outils d'aide à la décision.
Adopter une démarche ROIste

Module 5 (2H) - Transformer l'expérience candidats en expérience collaborateurs lors de l'intégration

Fidéliser les collaborateurs avant leur arrivée.
Optimiser la montée en compétences.
Garantir la cohérence de la marque employeur en évitant les dissonances entre expérience candidats et expérience collaborateurs.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Pauline
/Formatrice

Passionnée par mon métier de recruteuse depuis 10 ans tant sur sa dimension opérationnelle que stratégique, je suis formatrice depuis 2020 auprès de publics d'étudiants et de professionnels.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 Management d'entreprise (2013)
Fonction Recruteuse : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Recruter sans discriminer />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication, parties prenantes du recrutement (RH et hiring managers)

Durée : 7h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 10

Description de la formation recruter sans discriminer

Depuis 2017, la formation à la non-discrimination à l'embauche est obligatoire pour les recruteurs des entreprises de plus de 300 salariés. Faites de cette obligation une opportunité : développez des pratiques inclusives, identifiez les points clés et adoptez des stratégies efficaces pour un recrutement sans discrimination.

Objectifs de la formation recruter sans discriminer

- Se mettre en conformité légale quant à la formation à la non-discrimination à l'embauche.
- Appliquer le cadre juridique relatif à la non-discrimination en matière de recrutement.
- Identifier les risques et impacts dans le processus de recrutement
- Mettre en place des mesures préventives à chaque étape du processus de recrutement

Programme de la formation recruter sans discriminer

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (45 min) - Comprendre le cadre juridique et éthique de la non-discrimination
Du stéréotype à la discrimination, comprendre les mécanismes pour les dépasser.
Assimiler les notions de diversité et d'inclusion.
Connaître les différents acteurs (défenseurs des droits, CNIL, associations).

Module 2 (45 min) - Transformer les risques en opportunités
Risques et sanctions encourues.
Transformer la diversité en levier de performance et d'attractivité.

Module 3 (2H30) - Appliquer des mesures préventives à chaque étape du processus de recrutement
Mettre en place des actions tout au long du processus de recrutement :
Sensibiliser les parties prenantes opérationnelles, intégrer la non-discrimination dès la définition du besoin, rédiger des annonces inclusives et attractives, évaluer les candidatures avec objectivité pour garantir le principe d'égalité, respecter les normes RGPD dans ses pratiques, factualiser les critères de réussite des périodes d'essais.

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 4 (1H) - Focus sur l'objectivation de l'évaluation des profils
Objectiver l'évaluation des profils à travers la construction de critères liés aux hardskills et softskills uniquement.
Construire des entretiens structurés permettant un assessment identifique d'un candidat à un autre.

Module 5 (1H) - Impact de l'IA dans l'évaluation et la sélection des profils
Comprendre le rôle de l'IA dans le recrutement, appréhender les outils adaptés et identifier les points de vigilance liés à l'éthique autour de l'IA.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande
Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Pauline
/Formatrice

Passionnée par mon métier de recruteuse depuis 10 ans tant sur sa dimension opérationnelle que stratégique, je suis formatrice depuis 2020 auprès de publics d'étudiants et de professionnels.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 Management d'entreprise (2013)
Fonction Recruteuse : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Membre du CSE : Rôle et enjeux />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : membres de CSE nouvellement élus dans des entreprises de moins de 50 salariés

Durée : 21h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir)

Matériel nécessaire : un système de projection

Prérequis : être élu ou siéger au CSE – titulaire/suppléant

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation CSE

Comprendre le cadre légal, les attributions et le périmètre d'intervention des membres du CSE qu'ils.elles soient élu.es ou délégué.es syndical.es

Objectifs de la formation CSE

- Appréhender le cadre législatif du CSE
- Interpréter les prérogatives et les missions du CSE
- Appréhender les missions et les moyens des membres du CSE
- Construire un plan de travail pour agir

Programme de la formation CSE

JOUR 1 (7H00)

Ma météo personnelle et mes objectifs

Module 1 (1H30): Le cadre législatif
Qu'est-ce que le CSE?
- Les textes de références applicables à l'entreprise et aux salariés
- Les grandes lignes du droit du travail

Module 2 (5H30): Composition, rôles et missions du CSE et de ses membres
- La composition du CSE et le statut de ses membres
- La place et le rôle du.de la représentant.e syndical.e
- Le rôle, les missions et les droits du CSE et de l'employeur
- Le délit d'entrave

JOUR 2 (7H00)

Module 3 (4H00): Les moyens mis à la disposition du CSE
- Les réunions mensuelles et exceptionnelles: comment elles se déroulent; quels sujets peuvent être abordés; la ressources externe et les experts
- Les heures de délégation et la liberté de circulation: le crédit d'heure; les heures de délégation pour les salariés au forfait jours annuels; la mutualisation des heures de délégation
- Les moyens matériels: le local et les moyens de communication

Module 4 (3H00): Santé, Sécurité et Conditions de travail (SSCT)
- La formations SSCT pour les membres du CSE
- Les attributions générales: enquête SSCT; droit d'alerte et droit d'alerte si danger grave et imminent
- Le référent harcèlement sexuel et agissement sexiste: qui désigner? Son rôle? Comprendre les différents dégrès de sexisme au travail

JOUR 3 (7H00)

Module 5 (2H00) – Commission Santé, Sécurité et Conditions de travail (CSSCT)
- Mise en place et composition de la CSSCT
- Ses attributions
- Les moyens et heures de délégation des membres de la CSSCT

Module 6 (5H00): Comprendre son contexte entreprise
- Évaluer les problématiques sociales existantes et comment les membres du CSE peuvent intervenir
- Définir un cadre de négociation avec la Direction
- Réfléchir à un cas réel et co-construire les éléments de proposition à la direction; anticiper ses réponses et adapter sa communication

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Support livré en fichier PDF
- Infographies
- Modèles de documents obligatoires au fonctionnement du CSE

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Charlotte
/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute des entreprises et de l'évolution des RH.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master en Ressources Humaines CESI Labège - Toulouse(2013)
Certifications: Hogan – Oslo (2016)/ Formation de formateurs – i2i Ltd – Londres (2016)
Expérience en Ressources Humaines: 12 ans
Expérience formation professionnelle : 15 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

INSEEC · IFAG Ecole de management ENTREPRENEZ VOTRE AVENIR · istef École Supérieure Privée de Commerce & Gestion

GROUPE IGS · GROUPE IGENSIA EDUCATION · CESI ÉCOLE D'INGÉNIEURS · AMOS SPORT BUSINESS SCHOOL

LA COLLAB ACADEMY

XIII - Parcours juridique & qualité

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Les Fondamentaux de la propriété intellectuelle />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directeur, directrice, marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication

Durée : 15h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 7 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation propriété intellectuelle

Afin de protéger au mieux ses créations, ses signes distinctifs, la formation a pour but de permettre aux professionnels d'identifier et de distinguer les éléments qui peuvent être protégés par un droit de propriété intellectuelle et d'acquérir des compétences pour les constituer, les protéger et s'assurer de la titularité de ces éléments.

Objectifs de la formation propriété intellectuelle

- Savoir identifier les éléments protégeables par la propriété intellectuelle
- Savoir s'assurer de la titularité des droits
- Constituer, valoriser et protéger son patrimoine immatériel.

Programme de la formation propriété intellectuelle

DEMI-JOURNÉE 1 (3H30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (30 min) - Typologie des droits de PI
marque, droit d'auteur, dessins&modèles, brevet - autres signes distinctifs

Module 2 - Créer un droit de Propriété Intellectuelle
quelles sont les règles pour créer un droit de PI

Module 2-1 (2H30) - Créer une marque
quelle est la relation entre une marque et les autres signes de ralliement de la clientèle?
Comment allier la recherche d'une marque et répondre aux conditions de validité prévues par la loi?

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 2-2 (1H00) - Créer un dessin et modèle
Rappel de la règle du cumul avec la protection au titre du droit d'auteur.
Conditions de validité.

Module 2-3 (2H30) - Créer une "oeuvre de l'esprit"
Quelles sont les conditions à remplir pour se voir reconnaître un droit d'auteur?
Date certaine.
Exercice: Déterminer votre patrimoine immatériel et identifier le régime juridique applicable aux éléments identifiés.

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 3 - S'assurer de la titularité des droits de PI

Module 3-1 (2H00) - En interne
salarié, stagiaire, associé, mandataire social.
Quels sont les outils à mettre en place?

Module 3-2 (1H30) - En externe
Fournisseurs, partenaires, clients.
Quizz de connaissances.
.

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 4 (2H15) - Acquérir un droit de PI
Pourquoi effectuer une recherche d'antériorités et comment?
Comment obtenir un titre/certificat: dépôt national, régional et extension internationale?
Dépôt d'une oeuvre protégeable au titre du droit d'auteur

Module 5 (1H15) - Maintenir un droit de PI
Mettre en place une veille juridique et concurrentielle
Monopole et défense de ses droits.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés : création d'une stratégie inbound marketing et déclinaison multi-supports

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Formules		Sur Demande
	INTRA	entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%
Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Stéphanie
/Formatrice

Avocat au barreau de Marseille depuis 2005.
Co-responsable de la Commission PI du barreau de Marseille
Depuis le début de mon activité, j'exerce dans le domaine de la propriété intellectuelle et notamment dans le domaine du numérique/digital (dépôt de marque, de dessin&modèle, protection du droit d'auteur, contrats et procédures judiciaires)

Formatrice expérimentée

Diplômes : CAPA (certificat d'aptitude à la profession d'avocat), master 2 en droit des affaires et Master 2 en droit immatériel de l'entreprise et des nouvelles technologies; certificat de médiateur.

Certification : certificat de spécialisation en droit de la Propriété Intellectuelle – Certificat de spécialisation en droit des nouvelles technologies, de l'Informatique et de la Communication. Consultante agréée auprès de l'INPI pour effectuer des prédiagnostics (Booster PI) et des master class PI.

< Formation : Démarche qualité Qualiopi />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : Référent ou toute personne impliquée dans la démarche qualité Qualiopi

Durée : 18h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Mixte Présentiel et Distanciel synchrone

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 6

Description de la formation Qualiopi

Apprenez à faire vivre votre certification Qualiopi au sein de votre organisme de formation. Cette formation vous permettra également de vous préparer à l'audit Qualiopi en tenant compte de vos pratiques. Mais aussi dans le but d'améliorer et de fluidifier vos processus
Cette formation s'adresse à vous si :

- Vous souhaitez vous préparer à l'exercice de l'audit initial ou de surveillance
- Vous souhaitez former vos collaborateurs sur les exigences de la certification Qualiopi.
- Vous souhaitez améliorer vos processus qualité et fluidifier sa mise en oeuvre au quotidien

Objectifs de la formation Qualiopi

- Appréhender les fondamentaux de la démarche qualité
- Comprendre les attendus et les indicateurs d'appréciation
- Améliorer et fluidifier ses processus interne
- S'approprier les modalités d'audit
- Préparer l'audit Qualiopi

Programme de la formation Qualiopi

PARTIE 1 : La démarche qualité

DEMI-JOURNEE 1 (3H30)
Ice breaker et tour de table

Module 1 – La démarche qualité "l'essentiel"

- Les fondamentaux de la qualité: contexte, principes & outils
- Rappel du cycle de certification Qualiopi
- Rappel rapide des 7 critères
- Modalités de l'audit de surveillance

Mise en pratique **:** *Lister les points positifs / point négatifs de sa démarche qualité*
Formaliser son propre système de management de la Qualité

PARTIE 2 : Les 7 critères et les indicateurs d'appréciation Qualiopi

DEMI-JOURNÉE 2 (3H30)

Module 2 - Les indicateurs Qualiopi du Critère 1

- Présentation des attendus et risques

Module 3 - Les indicateurs Qualiopi du Critère 2

- Présentation des attendus et risques

Et vous où en êtes vous ?
Mise en pratique : Identifier les risques de non-conformité et les points de vigilance par indicateur pour les critères 1 et 2 et préparer un plan d'actions de mise en conformité

DEMI-JOURNÉE 3 (3H30)

Module 4 - Les indicateurs Qualiopi du Critère 3

- Présentation des attendus et risques

Module 5 - Les indicateurs Qualiopi du Critère 4

- Présentation des attendus et risques

Module 6 - Les indicateurs Qualiopi du Critère 5

- Présentation des attendus et risques

Et vous où en êtes vous ?
Mise en pratique : Identifier les risques de non-conformité et les points de vigilance par indicateur pour les critères 3,4 et 5 et préparer un plan d'actions de mise en conformité

Programme de la formation Qualiopi

DEMI-JOURNÉE 4 (3H30)

Module 7- Les indicateurs Qualiopi du Critère 6

- Présentation des attendus et risques

Module 8 - Les indicateurs Qualiopi du Critère 7

- Présentation des attendus et risques

Et vous où en êtes vous ?
Mise en pratique : Identifier les risques de non-conformité et les points de vigilance par indicateur pour les critères 6 et 7 et préparer un plan d'actions de mise en conformité

PARTIE 3 : L'audit de surveillance

DEMI-JOURNÉE 5 (4H)

Module 9 - Présentation et préparation de l'audit - (2h)

- Comment élaborer concrètement son dossier de présentation
- Validation des points à mettre en valeur et preuves. Prendre en compte à la fois la démarche et l'esprit de la loi.

Mise en pratique : mise en place et présentation du dossier finalisé

Module 10 - L'audit de jour J - (2h)

- Préparation à l'audit de certification.

Et vous où en êtes vous ?
Mise en pratique : mise en place et simulation d'un «Audit à Blanc»

Modalité d'évaluation de fin de formation

- Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques
- Quiz

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

OFFERT : 1h de Coaching individuel post formation

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrice

Maud
/FORMATRICE

Elle accompagne les consultants, formateurs et coachs à créer et développer leur organisme de formation ainsi qu'à l'obtention de la certification Qualiopi.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Certification auditrice par l'AFNOR
Fonction : Consultante et coordinatrice formation & Responsable Pédagogique au sein de La Collab
10 années d'expérience dans la formation

LA COLLAB ACADEMY

XII - Parcours Transverse

< Marketing, communication /> < Digital />

< RH />

< Commerce />

www.lacollab.com

< Formation : Community Building />

INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : directrice, directrice marketing, responsable communication, chargé, chargée de communication, recruteur.se, RH

Durée : 21h

Date : A définir

Niveaux : débutant / intermédiaire / avancé / expert

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Prérequis : Aucun

Nombre maximum de participants : 15

Description de la formation community building

Community building : recruter, manager et fidéliser votre communauté d'experts indépendants
À la croisée des chemins entre le **DRH et le directeur / directrice des achats**, le Chief Freelance Officer est un nouveau rôle au sein des organisations. Parfois un poste à part entière, parfois dans le champs d'intervention d'un collaborateur, il **pilote** une nouvelle force de travail que sont les **talents externes** en ayant une bonne compréhension de leur besoins, attentes et spécificités…

Objectifs de la formation community building

- Appréhender les nouveaux enjeux de collaboration et management de talents externes
- Repérer/détecter en externe des talents pour les missions à pourvoir
- Permettre aux équipes internes et aux freelances de travailler ensemble. Augmenter la productivité et la créativité de tous.
- Intégrer, animer et fidéliser sa communauté de prestataires externes

Programme de la formation community building

JOURNÉE 1 (7h)
Ice breaker et tour de table

Module 1 - Comprendre les nouveaux enjeux de collaboration et management de talents externes par Laura Strelezki

- Mutation du monde du travail et développement du freelancing
- Portrait robot d'un freelance : ses motivations et ses freins, ses besoins et ses attentes.
- Quels avantages pour les entreprises ?

Module 2 - Le rôle et les missions du chief freelance officer par Laura Strelezki

- Profil type d'un.e CFO ?
- "Pas de bon freelance sans RH", mise en place d'une nouvelle forme de management

Module 3 - Repérer/détecter en externe des talents pour les missions à pourvoir par Pauline Christ

Comment recruter des freelances :

- Identifier les besoins
- Elaborer une offre de mission
- Identifier la bonne ressource
- Réussir sa rencontre avec le freelance

JOURNÉE 2 (7h)

Module 4 - Permettre aux équipes internes et aux freelances de travailler ensemble. Augmenter la productivité et la créativité de tous par Célia Chauvet

- Gérer des projets collaboratifs avec des ressources
- Animer des sessions collaboratives et de co-construction
- Définir le suivi de mission

Module 5 - Intégrer, animer et fidéliser sa communauté de prestataires externes par Laura Strelezki

- L'intégration : du premier jour à l'offboarding
- Créer une vrai communauté
- Mettre en oeuvre la culture d'entreprise : qu'est ce que c'est ? comment la définir ? comment transmettre le message aux externes ?
- Développer une marque employeur adaptée aux talents externes et penser une stratégie de communication dédiée
- Opter pour une stratégie ambassadeur
- S'outiller pour bien gérer son vivier d'expert (Freelance Management Plateforme…)

Module 6 : FAQ Collective - Conclusion (plusieurs formateurs présents)

Modalité d'évaluation de fin de formation

Évaluation individuelle par le formateur sur les ateliers pratiques délivrée en fin de formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

Tarifs

Sur demande

Formules INTRA entreprise

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100%

Paiement en 3 fois possible

Référente Handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap :
Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Demander une session de formation via le formulaire

Formatrices

Célia

/Formatrice

Intervenant en formation, en conseil et en opérationnel, je reste à l'écoute, à la fois des entreprises et, des tendances web et social média.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Sciences Po Bordeaux Master Communication (2012)
Fonction chef de projet webmarketing : 8 ans
Expérience formation professionnelle : 8 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Laura

/Formatrice

Conseil en marketing, communication, digital depuis plus de 10 ans, je suis formatrice auprès d'étudiants et professionnels depuis 2016.

Formatrice expérimentée

Diplôme : TSM (IAE Toulouse) Master 2 Marketing et Communication (2012)
Fonction consultant marketing, communication et digital : 9 ans
Expérience formation professionnelle : 7 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

Pauline

/Formatrice

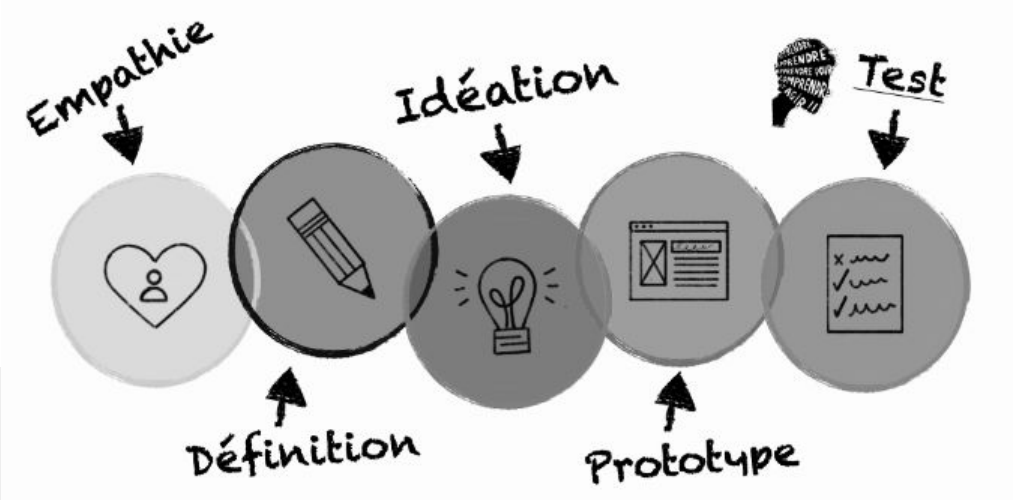
Passionnée par mon métier de recruteuse depuis 10 ans tant sur sa dimension opérationnelle que stratégique, je suis formatrice depuis 2020 auprès de publics d'étudiants et de professionnels.

Formatrice expérimentée

Diplôme : Master 2 Management d'entreprise (2013)
Fonction Recruteuse : 10 ans
Expérience formation professionnelle : 3 ans

Références Formation initiale et professionnelle :

< Formation : Design Thinking />



INFOS CLÉS /Formation courte non certifiante

Public visé : Managers / Responsables innovation / Formateurs, facilitateurs et animateurs de réseaux / Collaborateurs impliqués dans l'amélioration continue

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Description de la formation

Comprendre toutes les étapes du processus en 5 étapes : empathie, définition, idéation, prototypage et test afin de résoudre des problèmes complexes de manière créative et centrée utilisateur.

Objectifs de la formation

- Comprendre les principes clés du Design Thinking et sa philosophie centrée utilisateur.
- Maîtriser les étapes du processus : empathie, définition, idéation, prototypage et test.
- Utiliser des outils simples pour analyser des besoins, générer des solutions et prototyper rapidement.
- Expérimenter la méthode sur un cas concret pour pouvoir la répliquer dans son organisation.

Programme de la formation

Demi-Journée 1 (3h30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (2h) - Les fondamentaux du Design Thinking & la posture à adopter
Comprendre les principes clés : centré utilisateur, itératif, collaboratif.
Le processus en 5 étapes : empathie → définition → idéation → prototypage → test.
Les postures du Design Thinker : curiosité, ouverture, écoute active, non-jugement.
Rôles dans une équipe Design Thinking : facilitateur, observateur, idéateur.

Module 2 (1h) - Empathie : comprendre les utilisateurs
Observation, interviews, cartographie des besoins.
Outils : carte d'empathie, parcours utilisateur.
Atelier : collecte et analyse d'insights.

Demi-Journée 2 (3h30)

Module 3 (1h30) - Définition : reformuler le problème

Identifier les tensions et opportunités.
Formuler un « Comment Faire Pour » clair et mobilisateur.
Atelier : synthèse et cadrage du défi.

Module 4 (1h30) - Idéation : générer des solutions créatives
Techniques de créativité collaborative : brainstorming, 1-2-4-All, analogies.
Sélection des idées avec critères d'impact/faisabilité.
Atelier : production et priorisation d'idées.

Clôture et tour de table

Demi-Journée 3 (3h30)

Ice breaker et tour de table

Module 5 (3H) - Prototypage rapide

Pourquoi prototyper tôt : tester pour apprendre.

Types de prototypes : papier, maquettes, storyboards, parcours.

Atelier : création d'un prototype en équipe.

Demi-Journée 4 (3h30)

Module 6 (2H) - Test, itérations & ancrage
Préparer un test : questions, consignes, posture.
Recueillir du feedback utile : observation, écoute, reformulation.
Améliorer le prototype par petites itérations.
Atelier : test utilisateur + ajustements immédiats.

Module 7 (1H) - Ancrage & plan d'action
Comment appliquer le Design Thinking dans ses projets.
Stratégies pour diffuser la méthode dans son organisation.
Élaboration des engagements individuels et feuille de route

Clôture et tour de table

Les Livrables De Cette Formation

- Un parcours complet Design Thinking (supports + modèles) avec exemple de prototypes
- Un plan d'action individuel pour appliquer le Design Thinking dans ses projets.
- Un guide pratique récapitulant les étapes, outils et bonnes pratiques.

Modalité d'évaluation de fin de formation

Cas pratique tutorés : création d'une séquence de facilitation avec préparation, animation et feed-back en utilisant les outils présentés lors de la formation.

Méthodes pédagogiques

- Apport théorique
- Exemples et cas concrets
- Atelier de mise en pratique immédiate
- Support livré en fichier PDF

Options

Le programme de la formation est intense ce qui ne permet pas d'approfondir tous les points. Il est possible d'ajouter ½ journée de formation pour approfondir des points spécifiques en fonction des besoins qui pourraient émerger pendant la première session.

TARIF

Possibilité de financement OPCO jusqu'à 100% / Paiement en 3 fois possible

Libellé	Nombre de participants	Nombre de jours	Coût total HT
INTRA ENTREPRISE	10	2	**SUR DEMANDE**

Total TTC TVA non applicable (art 293 B du CGI)
Tarif adapté pour les personnes auto-financées : nous consulter

Référente handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Pour toutes questions complémentaires, merci de contacter notre référente handicap : Maud Richard (maud.richard.ext@lacollab.com)

Formatrice

Laura

/Formatrice et consultante

Experte en facilitation et en intelligence collective depuis 20 ans, je suis convaincue que c'est en mobilisant l'humain et les collectifs qu'on crée un changement durable dans les organisations. Je suis créative et à l'écoute de chaque situation pour adapter mes formations à vos besoins.

Concrètement j'ai utilisé le design thinking dans :

- + de 50 innovathons / hackathons
- +15 programme d'intrapreneuriat
- pour débloquer des petits et grands projets
- pour accélérer la mise sur le marché de produits et services

Diplôme : Toulouse Business School (2006) + Créa-Conférence (2020)
J'ai formé les équipes de **EDF, Airbus, Airbus Helicopters, Crédit Agricole** notamment.

< Facilitation & intelligence collective />

INFOS CLÉS /FORMATION COURTE NON CERTIFIANTE

Public visé : Managers / responsables d' équipes / animateurs de réseaux / chefs de projet /

Durée : 14h

Nombre maximum de participants : 10

Modalité d'organisation : Présentiel (lieu à définir) ou distanciel (visio synchrone)

Matériel nécessaire : un ordinateur portable par participant / connexion WiFi

Dates : à définir

Pré-requis: Aucun

Date limite d'inscription : 30 jours avant le début de la formation

Niveaux: Débutant / intermédiaire / avancée / expert

Description de la formation

Pour des réunions plus efficaces, plus humaines et véritablement collaboratives.
Vous repartirez avec une méthode simple de facilitation : posture, préparation, déroulé et outils éprouvés.Une formation 100 % pratique pour gagner en impact dès le retour dans vos équipes.

Objectifs de la formation

- Adopter la posture du facilitateur pour créer un cadre sécurisant et favoriser la participation de tous.
- Préparer un temps collectif : intention, objectifs, déroulé et choix des outils adaptés.
- Animer des réunions structurées qui alternent divergence, émergence et convergence pour produire des résultats utiles.
- Mettre en pratique les techniques de facilitation grâce à des cas concrets et des mises en situation.

Programme de la formation

Demi-Journée 1 (3h30)

Ice breaker et tour de table

Module 1 (1h) - La posture du facilitateur
Se placer au service du groupe : neutralité, écoute active, présence.
Installer un cadre sécurisant et favoriser l'expression de chacun.
Les bases de la dynamique collective : énergie, rythme, attention.

Module 2 (2h) - Comprendre l'intelligence collective
Les conditions qui permettent l'émergence du collectif.
Les trois temps d'un processus : divergence → émergence → convergence.
Les écueils classiques et ce qui entrave la coopération.

Demi-Journée 2 (3h30)

Module 3 (2h) - Préparer une facilitation
Clarifier l'intention, la problématique et les résultats attendus.
Définir les typologies de facilitation
- exploration / créativité
- résolution de problème
- alignement / décision
- vision / projection

Construire un déroulé cohérent selon l'objectif.
Choisir la bonne méthode au bon moment.

Module 2 (1h) - Comprendre la mécanique de construction
Concevoir un premier déroulé en petits groupes.

Clôture et tour de table

Demi-Journée 3 (3h30)

Ice breaker et tour de table

Module 4 (2H) - La boîte à outils du facilitateur

- Outils d'ouverture : check-in, météo, cadrage.
- Outils de divergence : brainwriting, 1-2-4-All, world café simplifié.
- Outils d'émergence : carrousel, cercles de parole, écoute profonde.
- Outils de convergence : dot voting, matrices de priorisation, synthèses collaboratives.
- Outils de clôture et d'ancrage : check-out, engagement, next steps.

Une approche expérientielle : les participants vivent chaque outil avant d'en comprendre la logique.

Module 5 (1H) - Gestion des dynamiques d' équipe
Encourager l'expression équilibrée de tous.
Gérer les profils dominants, silencieux ou contestataires.
Accueillir les tensions et les transformer en ressources.
Rôle du cadre, du temps et du non-verbal dans la qualité du collectif.

Demi-Journée 4 (3h30)

Module 6 (2H) - Mise en situation complète : tester & expérimenter
Chaque groupe prépare une facilitation réelle en s'appuyant sur le déroulé créé la veille.
Animation en conditions proches du réel.
Feedback structuré sur la posture, le choix des outils, la dynamique créée.

Module 7 (1H) - Ancrage & plan d'action
Ce que j'emporte pour mes équipes et mes réunions.
Comment installer une culture collaborative et durable.

Clôture et tour de table

Formatrice

Laura

/Formatrice et consultante

Experte en facilitation et en intelligence collective depuis 20 ans, je suis convaincue que c'est en mobilisant l'humain et les collectifs qu'on crée un changement durable dans les organisations. Je suis créative et à l'écoute de chaque situation pour adapter mes formations à vos besoins.

15 ans dans le conseil en stratégie m'ont amené à utiliser l'intelligence collective dans toutes les situations chez mes clients :

- animer des réunions autrement ;
- mobiliser le collectif autour d'un projet ;
- renforcer la participation et l'engagement ;
- gagner en efficacité et en fluidité dans lestemps collectifs.

Diplôme : Toulouse Business School (2006) + Créa-Conférence (2020)
J'ai formé les équipes de **EDF, Airbus, Airbus Helicopters, Crédit Agricole** notamment.

LA COLLAB ACADEMY

< Les meilleurs talents freelances pour réussir vos projets, structurer votre croissance, et développer votre entreprise />

Suivez-nous
Méthodes, business cases and inspirations

07 49 92 36 29

hello@lacollab.com

LA COLLAB NOMAD, société du groupe LA COLLAB déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 76311317531
8 Place Roger Salengro - 31000 TOULOUSE
mail : hello@lacollab.com

Contenu confidentiel et soumis à propriété intellectuelle
Version du 01/01/2025

360