

FORMATION ENTREPRISE



CATALOGUE DES FORMATIONS

CURSUS METIERS

ANNEES 2016-2017

ADMINISTRATIF : secrétaire, assistante

COMMERCIAUX : Assistante commerciale, Commerciaux

WEB : Community Manager

LEVEQUE NICOLE

FORMATION INTER

Organisées dans le centre, selon un planning prédéfini, les formations interentreprises réunissent des participants issus d'entreprises et d'horizons différents. Cette formule favorise le partage d'expériences et de savoirs tout en permettant aux apprenants de s'extraire de leur quotidien pour se centrer sur leur objectif d'acquisition de connaissances.

LES AVANTAGES DE L'INTER

Une formule pratique :

- Un grand choix dans les dates
- Le partage d'expérience entre des participants issus d'horizons différents.
- L'efficacité de formations réalisées en dehors du contexte professionnel, dans un cadre exclusivement dédié à l'apprentissage
- Une formule économique : pour un petit nombre de personnes à former, l'inter est la formule la plus avantageuse

FORMATION INTRA

Dès lors que le besoin de nouvelles compétences concerne plusieurs personnes d'une même organisation, le choix de l'intra peut s'avérer judicieux puisque cette formule qui consiste à organiser des formations réservées à ses collaborateurs favorise une prise en compte forte des contextes spécifiques à chaque action tout en garantissant l'acquisition de méthodes communes et en renforçant l'esprit de cohésion. Cette approche permet en outre de proposer des programmes extrêmement ciblés sur des problématiques spécifiques, de prendre en compte l'environnement humain et organisationnel dans lequel s'inscrit l'action de formation.

AVANTAGES DE L'INTRA-ENTREPRISE

- Des programmes de formation adaptés aux profils des participants et à leurs objectifs de montée en compétences
- Une prise en compte forte du contexte dans lequel s'inscrit l'action de formation
- L'accès à des solutions « riches » combinant différentes modalités pédagogiques
- Une formule permettant de limiter les frais de déplacement et d'hébergement en organisant les formations sur le lieu de travail des participants
- Une formule qui renforce l'esprit d'équipe et la cohésion

SUPPORTS DEMATERIALISES

Notre centre est un organisme soucieux d'agir sur ses impacts sur l'environnement et d'économiser des frais de reprographie en décidant de limiter la production de support papier. De plus, un support de cours dématérialisé est très accessible (n'importe où et n'importe quand à partir d'un ordinateur) et reproductible à l'infini sur tout votre matériel informatique.

TABLE DES MATIERES

CURSUS METIER : SECRETARIAT	1
LA PRISE DE NOTES.....	1
PROGRAMME DETAILLE	2
LE COMPTE-RENDU DE REUNION	3
PROGRAMME DETAILLE	4
GERER UN PLANNING, LES RV ET DEPLACEMENTS	5
PROGRAMME DETAILLE	6
LA STENOGRAPHIE, METHODE PREVOST-DELAUNAY SIMPLIFIEE.....	7
PROGRAMME DETAILLE	8
REUSSIR SON ACCUEIL PHYSIQUE ET TELEPHONIQUE	10
PROGRAMME DETAILLE	11
LES IMPAYES.....	13
PROGRAMME DETAILLE	14
AMELIORER SES ECRITS PROFESSIONNELS.....	15
PROGRAMME DETAILLE	16
LE CLASSEMENT	17
PROGRAMME DETAILLE	18
ADMINISTRATION DES ACHATS.....	19
PROGRAMME DETAILLE	20
L'ADMINISTRATION DES VENTES	21
PROGRAMME DETAILLE	22
L'ADMINISTRATION DU PERSONNEL.....	23
PROGRAMME DETAILLE	24
CURSUS METIER : COMMERCIAUX.....	25
TABLEAUX DE BORD COMMERCIAUX	25
PROGRAMME DETAILLE	26
EXCEL L'ESSENTIEL POUR LES COMMERCIAUX	27
PROGRAMME DETAILLE	28
LA VEILLE COMMERCIALE.....	29
PROGRAMME DETAILLE	30
CAMPAGNE E-MAILING.....	31
PROGRAMME DETAILLE	32
CURSUS METIER : COMMUNITY MANAGER.....	33
EREPUTATION	33
PROGRAMME DETAILLE	34

FACEBOOK ET TWITTER.....	35
MEDIAS SOCIAUX : FAIRE SA PAGE PRO FACEBOOK ET TWITTER	35
PROGRAMME DETAILLE	36
FAIRE UN BLOG	37
CREER ET ANIMER UN BLOG	37
PROGRAMME DETAILLE	38
COMMUNITY MANAGER	39
FORMATION AU METIER DE COMMUNITY MANAGER :	39
PROGRAMME DETAILLE	40

LA PRISE DE NOTES

2 jours (14 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 760

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1280

Objectif stratégique :

Toujours plus de réunions et toujours moins de temps, Il faut donc aller plus vite. Or, tout se joue à la prise de notes. Une prise de notes bien menée garantit un compte rendu efficace et rapidement rédigé. Au cours de cette formation prise de notes, nous vous proposons de maîtriser les secrets d'une prise de notes réussie.

Objectif pédagogique :

1. Prendre confiance en soi dans la prise de notes.
2. Acquérir des méthodes de prise de notes.
3. Noter peu, noter utile, noter vite.
4. Structurer rapidement les idées développées.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. choisir une méthode qui leur semble la plus appropriée pour eux
2. réussir une prise de note audio
3. réussir une prise de note audio en 40 mots minutes minimum
4. Retranscrire sur ordinateur ou papier une prise de note de façon structurée

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne devant être amenée à prendre des notes.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

L'apprentissage par la pratique : après chaque cours, nombreux exercices.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

APPRENDRE ET PRATIQUER LA MÉTHODE MERAS

- Les principes généraux
- Les consonnes et syllabes terminales
- Quelques abréviations
- Les voyelles
- Les chiffres, les jours, les mois, les points cardinaux
- L'écriture des voyelles nasales
- L'écriture du son « Man »
- Le hiatus
- Entraînement audio après chaque leçon

LES AUTRES METHODES

- Le style télégraphique (plus exercices)
- Les tableaux synoptiques et la grille
- La méthode SPRI
- La méthode des 7 points
- Le Global Maps ou Mind Map
- Les abréviations universitaires

LA STENOGRAPHIE

- Panorama

2 jours (14 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 760

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1280

Objectif stratégique :

Toujours plus de réunions et toujours moins de temps pour en rédiger le compte rendu. Il faut donc aller plus vite. Au cours de cette formation, nous vous proposons de maîtriser les secrets d'un compte rendu efficace et rapidement rédigé.

Objectif pédagogique :

- Identifier les critères d'efficacité d'un compte rendu utile.
- Repérer les différents types de comptes rendus.
- Bâtir le plan en fonction de l'objectif et du lecteur.
- Savoir rédiger un compte rendu.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de rédiger un compte rendu à partir d'un exemple donné.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne qui anime ou participe à des réunions ou groupes de travail, quel qu'en soit le contexte.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

L'apprentissage par la pratique : exercice sur les comptes rendus.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- Les différents types de réunion
- Enregistrer une réunion : la loi
- Prendre des notes : fiche de préparation
- Les procédures d'une réunion, assemblée
- L'invitation et l'ordre du jour
- Le compte-rendu de réunion : les 3 types
- La visioconférence
- Préparer la salle de réunion
- La Check liste
- Exercice de rédaction compte-rendu

2 jours (14 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 760

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1280

Objectif stratégique :

Vous êtes un(e) assistant(e) Overbooké(e), stressé(e), vous avez parfois l'impression que le temps vous échappe. Tous les travaux qui vous sont confiés sont "urgents". Vous ne vous êtes pas arrêté(e) de la journée, vous ne savez pas où votre temps est passé et vous n'avez pas géré vos priorités. Si ces situations vous semblent familières au sein de votre métier d'assistant(e), cette formation est faite pour vous.

Objectif pédagogique :

- Optimiser son organisation.
- Privilégier les tâches essentielles de sa fonction.
- Gérer les priorités et les imprévus.
- Tirer le meilleur parti des outils.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Dresser la liste des tâches qu'ils effectuent quotidiennement et en définir les priorités
- Quantifier ses tâches en unité de temps afin de laisser la place à l'imprévu
- Choisir un outil de planification
- Organiser un déplacement ou un évènement

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne devant être amenée à prendre des notes.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

La seule formation dédiée aux assistantes qui aborde les deux dimensions de la gestion du temps : l'organisation (méthodes et outils) et le relationnel (comportement face aux temps et aux autres).

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

ORGANISATION ET GESTION

- Pourquoi mieux s'organiser
- Stratégie d'organisation
- Principes d'organisation du travail
- Principes de gestion des priorités
- Les outils à disposition : diagramme de Gantt, de Pert, l'agenda Google, Doodle etc.

ORGANISER UN DEPLACEMENT

- A l'étranger
- Objectif de l'évènement
- Gérer les participants
- L'hébergement, le transport, le transfert
- La restauration
- Les salles
- La relation avec la presse
- La préparation
- Le cahier des charges
- En France : la gestion des itinéraires
- Méthodologie : les différentes tournées
- Exercices

EXCEPTIONNEL : cette méthode est rarement proposée ailleurs de façon aussi complète !

L'art de prendre des notes à une vitesse de 110-120 mots minutes sous forme de signes. Très à la mode autrefois dans les métiers du secrétariat, cette méthode a peu à peu été abandonnée, à tort. D'autres méthodes modernes ont vu le jour, entre autre, la méthode Meras. Trop peu de recul sur celle-ci, on peut affirmer que la sténographie, 30 ans après, on ne l'oublie pas, même sans pratique. C'est une seconde langue.

Son apprentissage se fait en 12 jours complets. Cette formation est proposée à raison de 2 jours par semaine, il faut donc être motivé pour l'apprendre, car il vous faudra 1 mois et demi. De plus, il est à noter que des exercices de gammes seront à faire chez vous, les gammes étant indispensables pour parvenir à s'approprier la sténographie.

TARIFS : € 290 par jour, soit 12 jours € 3480 par personne.

Objectif stratégique :

Apprendre l'art de se servir des signes conventionnels pour écrire d'une manière aussi rapide que la parole.

Objectif pédagogique :

- Acquérir les bases de la sténographie
- Connaître, reconnaître et maîtriser les abréviations
- Augmenter sa vitesse de prise de notes

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de prendre au minimum une lettre en sténographie, à une vitesse de 45 mots minutes et de la retranscrire sans fautes sur l'ordinateur ou papier.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Secrétaire, assistant(e) ou toute personne souhaitant prendre note rapidement.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

La seule formation dédiée aux assistantes qui permet d'acquérir la méthode complète de sténographie.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

LE SOMMAIRE DE LA METHODE :

PRINCIPES DU SYSTÈME PRÉVOST-DELAUNAY.....

LIGNE DROITE SIMPLE.....

LIGNE DROITE AVEC PETITES BOUCLES

LIGNE DROITE AVEC PETITS CROCHETS.....

DEMI-CERCLES SIMPLES.....

DEMI-CERCLES AVEC PETITES BOUCLES.....

SIGNES DOUBLES: DEMI-CERCLE SIMPLE.....

SIGNES DOUBLES: LIGNE DROITE SIMPLE

SIGNES DOUBLES: DEMI-CERCLE AVEC PETITE BOUCLE

SIGNES DOUBLES: LIGNE AVEC GROSSE BOUCLE

SIGNES DIMINUES.....

INITIALES VOYELLES POINT ET TIRET

INITIALES VOYELLES CROCHET

INITIALES CONSONNES LIQUIDES

INITIALES CONSONNES NON LIQUIDES

SIGNES DE SYLLABES COMPLEXES.....

LIQUIDITE: RECAPITULATIF

RENFORCEMENT

SUPERPOSITION

FINALES VOYELLES POINT ET TIRET

FINALES VOYELLES SIMPLES.....

FINALES VOYELLES EN L.....

FINALES VOYELLES EN R.....

AUTRES FINALES VOYELLES.....

HIATUS.....

EMPLOI DES FINALES ISOLÉES.....

BOUCLEMENT

EMPLOI DE DEUX FINALES SUCCESSIVES

FINALES ANGE ET SION

RAPPEL: LES SIGNES TERMINAUX (CONSONNES).....

INCOMPATIBILITES: FORMULE UNIQUE (NON EXPRESSION DE PE, BE)

INCOMPATIBILITES: FORMULE 1

INCOMPATIBILITES: FORMULE 2

INCOMPATIBILITE: FORMULE 3.....

INCOMPATIBILITES: FORMULE 4

INCOMPATIBILITES: FORMULE 5

INCOMPATIBILITES: FORMULE 6

INCOMPATIBILITES: FORMULE 7

INCOMPATIBILITES: FORMULE 8.....

INCOMPATIBILITE: FORMULE 9.....

INCOMPATIBILITES: FORMULE 10

ABRÉVIATIONS CLASSÉES PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE.....

TERMES COMPTABLES ET FINANCIERS.....

EXERCICES: STÉNOGRAPHER

2 jours (14 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 760

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1280

Objectif stratégique :

Un accueil de qualité, c'est un critère déterminant dans la relation entre le public (usagers, administrés, clients...) et l'entreprise. C'est aussi un enjeu des plus actuels, compte tenu de l'évolution de certains comportements chez les usagers : exigence, impatience, agressivité... En participant à cette formation sur l'accueil, vous apprendrez comment professionnaliser votre accueil et ainsi améliorer la qualité de la relation avec votre public, à travers de nombreux exemples, jeux de rôles et mises en situation concrètes. Vous saurez également comment faire face aux comportements déstabilisants dans votre mission d'accueil.

Objectif pédagogique :

- maîtriser les techniques d'accueil au téléphone ou en face à face
- s'approprier les meilleures pratiques et s'entraîner à les mettre en œuvre
- faire face à des situations complexes de l'accueil
- Savoir accueillir, informer et orienter un visiteur

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de traiter les principales demandes téléphoniques. Ils sauront également accueillir, orienter, informer et raccompagner un visiteur.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne dont la fonction comporte une mission d'accueil téléphonique et physique essentielle à l'image de l'entreprise.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Cette formation Accueil propose une pédagogie participative essentiellement basée sur des exercices, des jeux et des simulations : mises en situation sur le traitement des appels et les multi situations d'accueil, cas pratiques et réponses personnalisées.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

L'accueil au téléphone

Un accueil convivial : la clé de votre réussite :

- Le téléphone sonne : à vous de jouer
- Compétence professionnelle : le conseil avant tout
- A garder systématiquement à portée de la main

Répondre aux demandes courantes

- Les demandes d'information
- Les Prix par téléphone : prudence
- Petites commandes : gonflez-les
- L'appel inattendu

La meilleure façon de s'exprimer

- Parlez « Positif »
- Comment faire patienter le client
- Travaillez votre voix

Prospecter et vendre par téléphone

- Avantages du télémarketing
- Les domaines d'application de la télévente
- Marketing téléphonique : quelles sont les offres adaptées
- Quels sont vos objectifs de vente

Le guide d'entretien

- Un déroulement en 6 étapes
- Ouverture de l'entretien : choisissez votre accroche
- Schéma ou Check-list, quelle présentation choisir
- Exemples de guides d'entretien

Avant de contacter le client

- Quel est votre objectif
- Horaires d'appel : quel est le bon moment ?
- Êtes-vous suffisamment motivé ?
- De l'ordre avant tout

Le déroulement de l'entretien

- Franchir le barrage de la Secrétaire
- Les 7 étapes nécessaires et indispensables
- Comment argumenter

Répondre aux objections

- Répondre aux 15 objections courantes

Après l'entretien téléphonique, le suivi

- Exploitez à fond l'appel
- Les rappels de paiement
- En cas de réclamation
- Comment mener vos enquêtes de satisfaction
- Préparation de l'enquête téléphonique

L'accueil en face à face

- Le concept d'accueil et ses différentes composantes
- L'accueil des visiteurs : stratégie
- Les procédures d'accueil
- Les documents d'accueil
- Etre attentif aux comportements non-verbaux
- Avoir un « look » adapté
- Se mettre en phase avec son interlocuteur
- Respecter une distance de communication appropriée
- Traiter la demande
- Ecouter en valorisant
- Expliquer pour informer
- Maîtriser le temps
- Conclure et raccompagner un visiteur

LES IMPAYES

1 jour (7 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes

Objectif stratégique :

Afin de limiter les impayés, dans le cas d'un nouveau client ou d'une commande d'un montant élevé, il faut s'assurer de sa solvabilité en collectant les informations relatives à sa situation financière. Pour tout crédit accordé, il est important de suivre les encours de règlement et les paiements et si nécessaire, déclencher une demande d'encours auprès des organismes d'assurance-crédit ou d'affacturage. Il est aussi important d'analyser l'historique du dossier client, d'effectuer une relance par téléphone ou par courrier, en fonction de la procédure de recouvrement de créances. Et pour finir, de rechercher une solution avec le client dans un intérêt mutuel. En cas de non-respect des engagements, il faut savoir comment transférer le dossier au service contentieux et / ou entamer une procédure judiciaire tout en informant les acteurs concernés.

Objectif pédagogique :

- Limiter les impayés
- Prévenir le risque client
- Prendre en charge la procédure de recouvrement

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de conduire un entretien téléphonique lors d'un impayé client, de rédiger le courrier nécessaire et de remplir une injonction de payer.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne dont la fonction nécessite de gérer les clients.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Cette formation propose de mesurer l'incidence des retards de paiement et des litiges sur la trésorerie, diagnostiquer les causes de retard de paiement et segmenter sa clientèle.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- S'assurer de la solvabilité du client en collectant les informations relatives à sa situation financière.
- Suivre les encours de règlement et les paiements (en cas de crédit).
- Effectuer des relances téléphoniques en s'exprimant de façon claire et factuelle
- Rédiger des lettres de relance personnalisées
- Savoir déclencher une demande d'encours auprès des organismes d'assurance-crédit ou d'affacturage.
- Pour tout impayé, analyser l'historique du dossier client, effectuer une relance par téléphone ou par courrier
- Rechercher une solution avec le client dans un intérêt mutuel.
- Transférer le dossier au service contentieux (en cas de non-paiement).
- Connaître les procédures juridiques de recouvrement
- Communiquer avec les différents services concernés

AMELIORER SES ECRITS PROFESSIONNELS

2 jours (14 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 760

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1280

Objectif stratégique :

L'encadrement de proximité et les techniciens sont de plus en plus sollicités dans l'entreprise pour rédiger des documents de différentes natures : comptes rendus, rapports, lettres, notices, e-mails. Cette formation répond à un double objectif : acquérir des outils et fournir des points de repère pour "améliorer ses écrits professionnels".

Objectif pédagogique :

- Rédiger avec plus de facilité.
- Écrire en fonction de cibles et de contextes identifiés.
- Rédiger des documents professionnels efficaces.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables d'écrire sans faute une lettre ou un document en n'utilisant pas le correcteur d'orthographe et de grammaire de Word dans un premier temps. Ils devront rédiger une lettre commerciale sans répétition et avec style.

Prérequis :

Concevoir et rédiger des documents professionnels.

Pour quel public ?

Encadrement de proximité et technicien souhaitant améliorer leur efficacité et leur aisance dans la conception, la rédaction et la présentation de documents.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Cette formation propose des techniques simples qui vous facilitent la tâche. Ce sont ces techniques que vous abordez pendant la formation. Vous repartez en ayant acquis des pratiques basiques et efficaces, quel que soit le document à produire.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- 10 règles d'or d'un courrier lisible
- Ecrire pour son lecteur
- Adopter la logique du lecteur
- Choisir des mots simples, courants, concrets
- Utiliser des phrases courtes, affirmatives et actives
- Eliminer les mots inutiles
- Employer le même mot pour désigner la même réalité
- Une seule idée par phrase, un alinéa par idée principale
- Utiliser des exemples et des illustrations
- Structurer sa présentation
- Relire
- Les formules de politesse et les erreurs à ne pas commettre
- L'écriture administrative et ses particularités
- Quelques définitions
- Quelques règles (le participe passé, ponctuation, majuscules, accord des nombres, pluriel des noms composés...)
- Favoriser la lisibilité
- Rompre la monotonie
- Améliorer votre style
- Eliminer les incorrections

2 jours (14 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 760

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1280

Objectif stratégique :

En matière de classement, la logique des uns peut s'opposer à la logique des autres. Pourtant, il est tout à fait possible de créer une organisation ouverte à tous où chacun pourra facilement accéder au document recherché à l'instant donné. Il y a des règles existantes dont celles de l'AFNOR.

Objectif pédagogique :

-Mettre en place un classement collectif efficace, accessible, fiable et évolutif.

-Organiser les archives.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de décrire les principaux modes de classement et de les appliquer à travers un exercice.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne désirant organiser un classement collectif pour assurer un accès rapide aux informations.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Chaque participant reçoit une documentation très complète : de nombreuses fiches méthodes et des conseils directement opérationnels pour mettre en œuvre la démarche de classement au retour de formation ; des fichiers modèles de plans de classement, d'archivage et de gestion de la documentation directement utilisables.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

- La conservation des documents
- Choisir les contenants et le matériel adaptés
- La méthode DEPIL
- La codification des documents
- La norme AFNOR
- Les différents ordres de classement
- Avantages et inconvénients
- Exercices
- Les différents procédés : les dossiers, les supports
- Le classement électronique et l'archivage
- L'archivage et LA NORME ISO 15489
- La GED de A à Z

3 jours (21 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 1140

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1920

Objectif stratégique :

Toujours plus de gains, toujours moins de délais, une qualité optimale : l'obsession des achats et des acheteurs ! À vous de gérer ce stress quotidien, en interne comme en externe. Vous devez, pour ce faire, acquérir les bons réflexes, utiliser les outils achats les plus appropriés et développer toutes vos aptitudes à la communication.

Objectif pédagogique :

- Maîtriser les techniques et outils de suivi des achats.
- Utiliser les outils d'organisation et de gestion.
- Accompagner les acheteurs et le responsable achats face aux fournisseurs.
- Prendre en charge des achats.
- Gérer le stock

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de faire une fiche de stock sur Excel, de décrire le procédé de réception des livraisons et de dire ce qu'il ferait en cas d'anomalies.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne devant s'occuper des achats au sein de son organisation.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

De nombreux entraînements à l'utilisation des sources d'information, au dépouillement d'une consultation, à la révision d'un prix ou à la rédaction d'une commande.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- Identification d'une procédure d'achat
- Remplir un bon de commande
- Contrôler la livraison
- Compléter le planning et repérer les retards
- Traiter les anomalies de livraison
- Tenir les dossiers fournisseurs à jour
- Créer un nouveau fournisseur
- Les différents types de fournisseurs
- Le choix d'un fournisseur
- La règlementation des relations fournisseurs
- Traitement des livraisons, factures et avoir
- Commander à l'étranger
- La gestion des stocks : aspect administratif
- La gestion des stocks : l'évaluation de la valeur de stocks et calcul de la durée de stockage

3 jours (21 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 1140

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1920

Objectif stratégique :

Valider la commande, la suivre jusqu'à la satisfaction du client, l'adapter à l'évolution du besoin, assurer la réalisation du flux financier sont autant de missions qui requièrent une parfaite connaissance des outils logistiques. Mettre le client au cœur de l'entreprise est la mission de l'administration des ventes.

Objectif pédagogique :

- Piloter le processus ADV.
- Être le relais entre la logistique et la force commerciale.
- Suivre les règlements et les litiges

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- résoudre les exercices sur les calculs de base,
- montrer comment ils font pour vérifier sur Internet la fiabilité d'une société
- Expliquer la différence entre les remises, rabais, ristournes, escomptes,
- Décrire la procédure d'une commande jusqu'à son règlement

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Toute personne devant s'occuper des ventes au sein de son organisation.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Les participants établissent la cartographie du processus des ventes avec, pour objectif, une amélioration de sa fiabilité, de sa productivité et de sa réactivité pour mieux servir le client.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- Le traitement des commandes clients
- Le contrat de vente
- Les modes de règlements
- Le dossier client
- La base des calculs commerciaux : la proportionnalité, les pourcentages, le prix d'achat, le prix de vente, la marge brute, la marge nette, coût de revient, coût d'achat, les frais de distribution, la TVA
- La gestion du risque clients : la solvabilité, contrôle de l'encours, l'affacturage, l'assurance-crédit, les taux d'intérêts légaux, l'indemnité forfaitaire, les phrases du recouvrement
- Les documents commerciaux : les mentions obligatoires, les devis, les conditions générales de ventes, les bons de commandes et de livraisons, les factures.
- Les remises, rabais, ristournes, escomptes, les frais de port et la TVA
- Transmettre l'information aux personnes concernées dans le respect des délais et des procédures existantes
- Mettre en place des moyens de contrôle aux différentes étapes du processus jusqu'au paiement final
- Suivre les règlements

3 jours (21 h) :

Inter tarif : € 380 par jour et par personne, soit un total de € 1140

Intra tarif : € 640 par jour quel que soit le nombre de personnes, soit un total de € 1920

Objectif stratégique :

De l'accueil du salarié, en passant par la gestion des absences (congrés payés, maladie...) jusqu'au départ, les personnes chargées de la gestion administrative des ressources humaines sont des piliers indispensables sur lesquels le DRH doit pouvoir s'appuyer sur de bons professionnels pragmatiques et rigoureux maîtrisant tous les savoir-faire pratiques et juridiques afin de rendre un service efficace. Les assistantes et gestionnaires soucieux de bien remplir leurs missions acquerront grâce à cette formation toutes les compétences techniques indispensables à la tenue de leur poste et à une gestion administrative du personnel de qualité.

Objectif pédagogique :

- Maîtriser les étapes indispensables de la gestion quotidienne du personnel, en conformité avec la loi, dans les délais et avec les bons outils, de l'entrée du salarié jusqu'à son départ.
- Connaître les principaux indicateurs DRH.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables :

- D'écrire des lettres de convocation et de refus de candidature
- Remplir un graphique radar sur Excel à partir des critères des candidats retenus
- Remplir une déclaration d'embauche
- Citer dans l'ordre les obligations liées à l'embauche

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Assistante RH.

Assistante PME en charge de la gestion administrative du personnel.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Les participants auront un cas pratique sur l'embauche d'un salarié.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- La participation au recrutement du personnel : la recherche de candidats, l'annonce, le traitement des candidatures
- la déclaration d'embauche, la visite médicale, les formalités, le registre du personnel, les affiliations aux caisses de retraite et de prévoyance, les documents à remettre, l'information et la formation à la sécurité
- Le dossier du personnel : loi et accès
- Le décompte du temps de travail
- Les congés payés
- Les ratios et indicateurs DRH

Droit social :

- Les droits des salariés
- La durée du travail
- Repos et congés
- Le salaire
- La formation professionnelle
- La médecine du travail
- Les contrats de travail, la période d'essai,
- Les stages
- Les conventions collectives
- La Loi travail résumée

TABLEAUX DE BORD COMMERCIAUX

2 jours (14h)

Inter tarif : € 450 par jour et par personne, soit au total € 900

Intra tarif : € 790 par jour, quel que soit le nombre de personne, soit € 1580

Objectif stratégique :

Pour permettre une meilleure visibilité de l'activité commerciale et faciliter la prise de décisions stratégiques, il faut élaborer et actualiser des tableaux de bord et de suivi. Collecter et vérifier les données chiffrées à partir de différentes sources identifiées. Concevoir et présenter tableaux et graphiques pour faciliter l'analyse des résultats en choisissant le type de calculs à effectuer, rédiger un commentaire succinct. Attirer l'attention de sa hiérarchie sur les éléments significatifs.

Objectif pédagogique :

- Acquérir la méthodologie pour élaborer un tableau de bord :
- déterminer les indicateurs pertinents de son activité ;
- les rendre plus lisibles pour faciliter la formalisation d'un plan d'actions.
- Valider la pertinence de son tableau de bord.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de faire sur Excel un tableau de bord et deux indicateurs graphiques.

Prérequis :

Connaître la base du logiciel Microsoft Office Excel

Pour quel public ?

Assistante Commerciale, commerciaux

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Les participants auront un tableau de bord à construire avec indicateurs.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

PROGRAMME DETAILLE

- Élaborer et actualiser des tableaux de bord et de suivi.
- Collecter et vérifier les données chiffrées.
- Concevoir et présenter tableaux et graphiques pour faciliter l'analyse des résultats
- Les principaux indicateurs
- Rédiger un commentaire succinct.
- Alerter sa hiérarchie sur les éléments significatifs.
- Maîtriser les calculs arithmétiques (écarts, pourcentages, cumuls, moyenne)
- Utiliser le vocabulaire lié aux statistiques et tableaux de bord commerciaux
- Construction d'un graphique tachymètre, Vumètre avec Excel

2 journées (14 h)

TARIF Inter: € 360 par jour et par personne soit € 720

TARIF intra : € 800 par jour quel que soit le nombre de personne soit € 1600

Objectif stratégique :

Cette formation permettra aux commerciaux de maîtriser les fonctionnalités essentielles d'Excel au service de votre activité commerciale. Vous pourrez ainsi construire vos outils de reporting, de pilotage d'activité et valoriser la présentation de vos offres et de vos résultats.

Objectif pédagogique :

- améliorer la performance des commerciaux et le C.A
- Gagner en temps, en confort et accroître sa productivité
- Construire les tableaux de bord pour suivre et piloter l'activité
- Concevoir des outils d'analyse et d'aide à la décision

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de présenter des tableaux de bord et de pilotage sur Excel.

Prérequis :

- Être à l'aise avec le maniement de la souris et du clavier
- Avoir déjà les pratiques de base du logiciel et être à l'aise avec Excel.
- Connaître les calculs fondamentaux d'Excel

Pour quel public ?

Commerciaux, assistant(e)s commercial(e)s et toute personne qui souhaite construire des outils de pilotage

Evaluation :

- QCM de positionnement à l'entrée
- QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Une formation concrète à travers une série d'exercices et la construction de tableaux de bord.
Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

RAPPEL DES MATHEMATIQUES

- La proportionnalité
- Les pourcentages

LES CALCULS DE BASE DE LA VENTE

- Le prix d'achat
- Le coût de revient
- La marge brute et la marge nette
- Le calcul de la TVA et les coefficients de TVA
- Le taux de marque et le taux de marge
- Les coefficients multiplicateurs de marge
- Comment calculer un pourcentage
- Calcul du C.A et son évolution
- Calcul du taux de variation du C.A
- Calcul de la loi Pareto
- Quelques ratios utiles

LES TABLEAUX DE BORD AVEC EXCEL

- La loi Pareto et la méthode ABC pour la tournée des clients
- Les variations saisonnières
- La prévision des ventes

LA MISE EN FORME DES TABLEAUX DE BORD

- La mise en forme conditionnelle : règle de mise en surbrillance et jeux d'icônes
- Les graphiques Sparklines

2 jours (14h)

Inter tarif : € 450 par jour et par personne, soit au total € 900

Intra tarif : € 790 par jour, quel que soit le nombre de personne, soit € 1580

Objectif stratégique :

En vue de détecter de nouveaux marchés ou à l'occasion du lancement d'un produit, à la demande du responsable commercial, repérer et rechercher les données exploitables sur les tendances du marché et la concurrence, dans des sources d'informations fiables. Analyser ces données, en faire une synthèse et la diffuser aux personnes intéressées. Constituer des dossiers thématiques portant sur l'innovation technologique, le positionnement d'un produit sur un marché et organiser sa documentation.

Objectif pédagogique :

- Acquérir une méthodologie dans sa démarche de veille marketing et concurrentielle.
- Connaître les outils de veille marketing et concurrentielle à disposition, notamment sur le web et réseaux sociaux.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables d'analyser un concurrent et de lancer une veille à l'aide de Google Alerte.

Prérequis :

Aucun

Pour quel public ?

Assistante Commerciale, commerciaux

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Alternances d'exposés théoriques et méthodologiques.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

- Repérer et rechercher les données exploitables sur les tendances du marché et la concurrence, dans des sources d'information fiables.
- Analyser les données et les synthétiser
- Diffuser aux personnes intéressées.
- Constituer des dossiers thématiques portant sur l'innovation technologique, le positionnement d'un produit sur un marché
- Organiser sa documentation.
- Connaître les techniques du marketing
- Utiliser les moteurs de recherche sur internet et mettre en place des alertes

2 jours (14h)

Inter tarif : € 450 par jour et par personne, soit au total € 900

Intra tarif : € 790 par jour, quel que soit le nombre de personne, soit € 1580

Objectif stratégique :

L'emailing est le socle d'une campagne marketing multicanal. Cette formation à la réalisation de campagnes e-mailing efficaces se déroule sous forme d'un atelier pratique et permet de travailler sur ses propres campagnes d'e-mailing responsive.

Objectif pédagogique :

- Articuler au mieux les actions d'e-mailing et les autres actions de communication
- Exploiter les résultats des actions sur le Web
- S'approprier les principes clés et règles de construction d'e-mails efficaces.
- Savoir comment réaliser une campagne d'e-mailing de A à Z.
- Acquérir les réflexes pour créer et délivrer ses e-mails en B to B et en B to C.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de simuler une campagne mail à l'aide d'une messagerie.

Prérequis :

Aucun mais avoir un compte de messagerie.

Pour quel public ?

Toute personne impliquée dans la réalisation d'opérations d'e-mailing, ou en charge des campagnes de webmarketing.

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Tous les aspects de l'e-mailing sont abordés.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

Utiliser le courrier électronique en marketing direct

- Dans le commerce en ligne : conquête, fidélisation et relation client à distance
- Acheter ou louer une solution d'e-mailing : avantages et inconvénients

Préparer son e-mailing

- Utilisation des fichiers d'adresses mail, ciblage
- Contrôle et correction des adresses mail
- Le message électronique : fond, forme, interactivité
- Automatiser les processus

Evaluer son e-mailing

- Mesurer les résultats
- Préparer les prochaines campagnes

Aspects réglementaires et technologiques

EREPUTATION

2 jours (14h)

Inter tarif : € 500 par jour et par personne, soit au total € 1000

Intra tarif : € 850 par jour, quel que soit le nombre de personne, soit € 1700

Objectif stratégique :

La montée en puissance des réseaux sociaux et l'évolution des tendances participatives sur internet créent de nouveaux enjeux pour l'e-réputation des entreprises. Vous apprendrez durant ce stage à bâtir une stratégie de présence, d'influence et de veille, et à en évaluer les impacts.

Objectif pédagogique :

- Identifier et décoder l'image de son entreprise sur Internet.
- Établir un diagnostic d'e-réputation de votre entreprise ou de ses marques.
- Mettre en place un dispositif de veille.
- Prévenir et gérer une crise digitale.
- Organiser un bouche à oreille positif autour de sa marque et ses produits.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants montreront comment ils font sur Internet pour trouver de l'information sur leurs entreprises (surveillance du Web) et devront décrire l'action à mener en fonction du résultat de leur recherche, en particulier si cela porte atteinte à l'image de marque.

Prérequis :

Maîtriser la navigation Internet.

Pour quel public ?

Web-marketeur, responsable marketing, responsable communication, Community Manager

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Tous les aspects de l'e-réputation sont abordés.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

1 Cerner les enjeux de l'identité numérique

- Surveiller et protéger son image : les nouveaux risques liés à Internet.
- Mesurer les impacts sur la réputation de l'entreprise.

2 Définir ses objectifs

- Se rendre visible sur le Web.
- Être identifié, connu, et reconnu.
- Harmoniser son profil : être lisible et cohérent.
- Forger et maîtriser sa réputation.
- Protéger son image : corriger les erreurs, rétablir la vérité.

3 Identifier les outils et les mécaniques de la réputation

- Google : comment le maîtriser,
- Connaître et exploiter les nouveaux outils de recherche.
- Construire son identité sur les réseaux sociaux.

4 Maîtriser sa réputation

- Diagnostic : Qui suis-je ? Quelle image ai-je déjà ? Le diagnostic réputation sur Internet.
- Objectifs : Quelle image je souhaite avoir ? Dans quels délais ?
- Stratégie : Comment vais-je m'y prendre ?

5 Agir pour doper sa réputation sur Internet

- Identité : construire sa marque personnelle (Personal Branding).
- Notoriété : mieux se faire connaître.
- Visibilité : être identifié.
- Image : soigner son identité numérique.
- Réputation : savoir ce que les autres disent de vous.

MEDIAS SOCIAUX : FAIRE SA PAGE PRO FACEBOOK ET TWITTER

2 jours (14h)

Inter tarif : € 500 par jour et par personne, soit au total € 1000

Intra tarif : € 850 par jour, quel que soit le nombre de personne, soit € 1700

Objectif stratégique :

Cette formation vous permettra d'appréhender les enjeux des médias sociaux dans votre stratégie Web afin de formaliser la stratégie la plus adaptée à vos besoins marketing.

L'objectif de cette formation est de vous expliquer les principes fondamentaux des réseaux sociaux et les implications que cela entraîne sur votre présence web ainsi que sur votre site web et sa gestion marketing. Vous serez alors en mesure de concevoir une stratégie « médias sociaux » efficace. Vous serez également sensibilisé à l'utilisation professionnelle de Facebook, et comment développer une stratégie marketing grâce à une Page Facebook. Par ailleurs, Twitter est de plus en plus utilisé par les marques pour interagir avec leurs clients. Gagnez en notoriété, trouvez de nouveaux cercles d'influenceurs et gérez votre relation client... L'outil de micro-blogging Twitter offre de nombreuses utilisations aux entreprises de toute taille. Mais comme pour les autres réseaux sociaux, son utilisation doit répondre à une véritable stratégie ainsi qu'au respect des codes et usages de ce nouveau moyen de communication.

Objectif pédagogique :

Gérer une page Facebook et communiquer à travers leur compte Twitter.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Mettre en place une page Facebook
- Ouvrir un compte Twitter

Prérequis :

Maîtriser la navigation Internet.

Pour quel public ?

Web-marketeur, responsable marketing, responsable communication, Community Manager

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Une formation basée essentiellement sur la pratique.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

Comment utiliser Facebook pour développer sa stratégie marketing sur le web ?

- Une Introduction à Facebook
- Quelles possibilités sur Facebook ?
- L'ouverture et la mise en place d'une Page Facebook
- L'animation, la promotion et le suivi de votre Page Facebook
- La publicité ciblée Facebook

Comprendre le marketing via TWITTER

Construisez votre stratégie de visibilité en ligne sur Twitter.

- Présentation de l'outil
- Pourquoi être présent sur Twitter ?
- Comment démarrer sur Twitter ?
- La prise en main de Twitter
- Les différentes stratégies sur Twitter

CREER ET ANIMER UN BLOG

3 jours (21 h)

Inter tarif : € 500 par jour et par personne, soit au total € 1500

Intra tarif : € 850 par jour, quel que soit le nombre de personne, soit € 2550

Objectif stratégique :

Communiquer et échanger avec vos clients ou vos salariés

D'abord utilisé à des fins personnelles, les entreprises n'ont pas tardé à s'intéresser aux blogs pour doper leur communication auprès de leurs clients, ou de leurs salariés. Cette formation à la création et à l'animation d'un blog vous permettra de mettre en place et d'animer votre blog d'entreprise ou d'association.

Objectif pédagogique :

- gérer un blog d'entreprise

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Ouvrir un blog sur Overblog
- Le paramétrer
- Gérer son blog
- Poster son premier article

Prérequis :

Maîtriser la navigation Internet.

Pour quel public ?

Web-marketeur, responsable marketing, responsable communication, Community Manager

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Une formation basée essentiellement sur la pratique.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

1 Identifier les éléments-clés d'un blog réussi

- Différencier les blogs et les sites Web classiques.
- Adopter une stratégie marketing adaptée (cible, objectif, ligne éditoriale, participation des visiteurs, etc.).
- Concevoir un blog pour la communication externe ou interne.
- S'imposer des règles de fonctionnement (fréquence des mises à jour, réactivité, animation).

2 Choisir et maîtriser les technologies

- Comprendre le fonctionnement technique d'un blog :
 - serveur ;
 - base de données ;
 - langage de scripts ;
 - téléchargement.
- L'utilité de connaître le langage HTML pour améliorer son blog
- Connaître les outils Web ou communautaires en ligne.

3 Maîtriser les aspects juridiques et réglementaires

- Définir une charte d'utilisation, modérer les commentaires.
- Protéger le contenu de son blog par un copyright.
- Connaître et respecter le droit en matière de propriété intellectuelle.
- Être conscient des responsabilités en tant que "blogueur".

4 Adopter l'édition personnalisée et l'information partagée

- Optimiser l'information par la syndication de contenu (flux RSS).
- S'abonner grâce aux lecteurs de flux.
- Maîtriser le principe des trackbacks ou rétroliens.
- Insérer des liens permanents.

5 Compléter/ personnaliser un blog

- Insérer des éléments multimédias et enrichir les pages : animations, vidéos, sons...
- Intervenir dans le code HTML.
- Connaître et envisager les autres modèles de blogs

6 Référencer / rechercher des blogs

- Le référencement des billets par tags dans des annuaires ou moteurs spécialisés :
- Inscrire son blog dans des annuaires ou moteurs de recherche.

FORMATION AU METIER DE COMMUNITY MANAGER :

Formation de 8 jours : 56 heures

INTER uniquement : € 610 par jour et par personne soit un total de : € 4880

Objectif stratégique :

Cette formation vous permettra d'appréhender les enjeux des médias sociaux dans votre stratégie Web afin de formaliser la stratégie la plus adaptée à vos besoins marketing.

L'objectif de cette formation est de vous expliquer les principes fondamentaux des réseaux sociaux et les implications que cela entraîne sur votre présence web ainsi que sur votre site web et sa gestion marketing. Vous serez alors en mesure de concevoir une stratégie « médias sociaux » efficace. Les médias sociaux investissent doucement mais sûrement le monde de l'entreprise, tout comme les nouveaux métiers qui leur sont associés ! Le Community Manager a la responsabilité de développer la présence de l'entreprise sur Internet et en particulier sur les réseaux sociaux.

Objectif pédagogique :

- Se former au métier de Community Manager
- développer la présence de l'entreprise sur internet dans le respect de la législation
- assurer la communication avec tous ses partenaires à travers les réseaux sociaux.

Objectif opérationnel :

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Ouvrir et gérer une page Facebook Professionnel
- Ouvrir et gérer un compte Twitter
- Créer une chaîne YouTube
- Créer un blog, la paramétrer et écrire ses premiers articles
- Créer une veille sur Internet

Prérequis :

Maîtriser la navigation Internet.

Pour quel public ?

Web-marketeur, responsable marketing, responsable communication, Community Manager

Evaluation :

QCM d'évaluation à la sortie

Moyens et supports :

Une formation basée essentiellement sur la pratique.

Un support de cours dématérialisé est remis à chaque participant.

1 La stratégie marketing à l'heure des médias sociaux

- Panorama des médias sociaux : cartographie des réseaux sociaux, blogs et forums.
- Usages et attitudes des consommateurs internautes.
- Le pouvoir des consommateurs et les nouveaux publics de l'entreprise.

2 Construire sa stratégie marketing sur les médias sociaux

- Enjeux et objectifs pour la marque : notoriété & image sur les médias sociaux.
- Créer des opportunités pour la marque : fan page Facebook, compte Twitter, chaîne YouTube,
- Le Brand Content: assoir la crédibilité de la marque.
- Comportements et usages sur les médias sociaux et les sites participatifs (Facebook, Twitter...)
- Enjeux et objectifs du marketing relationnel sur les médias sociaux : acquisition & fidélisation.
- Enjeux et objectifs de croissance : création de trafic & ventes.

3 Promouvoir sa marque et son offre sur les médias sociaux

- Les leviers de la participation d'une communauté Web 2.0.
- Se rendre visible sur le Web.
- Être identifié, connu, et reconnu.
- Harmoniser son profil : être lisible et cohérent.
- Veille et e-réputation de marque.
- Forger et maîtriser sa réputation.
- Protéger son image : corriger les erreurs, rétablir la vérité.

4 Prospector, conquérir et fidéliser sur les médias sociaux

- Les meilleurs médias sociaux pour prospecter, conquérir ou fidéliser.

5 Mesurer ses actions sur les médias sociaux

- Les outils de mesure et de performance

6 Les réseaux sociaux et leurs spécificités

- Connaître les formats d'écriture sur les médias sociaux.
Rédiger un billet pour un blog.
- Publier des posts sur Facebook, Twitter et les réseaux sociaux.
- Faire participer les internautes.
- Répondre aux commentaires

7 Exercer une veille sur les médias sociaux

- Suivre les conversations sur les médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube,...).
- Mesurer et évaluer les tendances.
- Analyser la tonalité des conversations.
- Identifier les influenceurs, les promoteurs, les détracteurs.
- Les outils de veille sur les médias sociaux (gratuits et payants).

8 Créer sa page Facebook

- Créer un profil administrateur.
- Choisir et créer le nom de la page officielle.
- Découvrir l'interface d'administration.

9 Ouvrir son blog

- Mettre en place un blog WordPress
- Maîtriser l'interface d'administration

10 Créer un profil sur Twitter

- Créer un profil de marque.
- Les codes de communication Twitter.
- Acquérir des followers.
- Alimenter ses Tweets