

LE CATALOGUE DES FORMATIONS 2024





Restez à la pointe des tendances et des compétences du secteur de la communication



Chaque année, l'Association nationale des Communicants vous propose pas moins de 40 sessions de formations pour vous former, vous et vos équipes, sur les thématiques de votre choix.

Que votre objectif soit une remise à niveau ou l'acquisition de nouvelles compétences, nous avons à cœur de vous accompagner tout au long de votre carrière.

NOS THÉMATIQUES DE L'ANNÉE

1. INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
2. COMMUNICATION RSE
3. RÉSEAUX SOCIAUX
4. COMMUNICATION DE CRISE
5. COMMUNICATION ÉDITORIALE
6. PERSONAL BRANDING
7. STRATÉGIE DE MARQUE





L'Association nationale des communicants est certifiée Qualiopi (numéro d'agrément 11753297075).

Toutes nos formations sont éligibles au financement par vos OPCO.

Sur demande, toutes ces formations sont disponibles sur mesure en fonction de vos besoins.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quizz à l'entrée et à la fin de la formation pour évaluer la progression des stagiaires tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction à la fin de la formation et à J+45, dont les résultats seront transmis au formateur

MÉTHODOLOGIE

Travail de groupe ou en individuel sur la base de cas pratiques proposés par le formateur, quizz tout au long de la formation pour permettre aux stagiaires d'assimiler le contenu de la formation, plusieurs temps de questions-réponses entre les stagiaires et le formateur.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation se basera sur une présentation powerpoint qui sera transmise aux stagiaires



atteste que

COMMUNICATION & ENTREPRISE

• 23 rue la Boétie 75008 Paris 08 France métropolitaine
Numéro de Déclaration d'Activité : 11753297075

est certifié



🇫🇷 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

au titre des catégories d'actions suivantes :
Actions de formation

Programme de certification

Décret n° 2019-564 du 6 juin 2019, Décret n° 2019-565 du 6 juin 2019, Arrêté du 6 juin 2019 relatif aux modalités d'audit associées au référentiel national, Décret n° 2020-894 du 22 juillet 2020 portant diverses mesures en matière de formation professionnelle, Arrêté du 24 juillet 2020 portant modification des arrêtés du 6 juin 2019 relatifs aux modalités d'audit associées au référentiel national qualité et aux exigences pour l'accréditation des organismes certificateurs, Arrêté du 7 décembre 2020 portant prolongation de la dérogation temporaire autorisant la réalisation d'un audit initial à distance, Guide de lecture du référentiel national qualité publié sur le site du Ministère du Travail et Programme de certification Qualiopi des OPAC de ICPF dans leurs versions en vigueur.

CERTIFICAT B03485

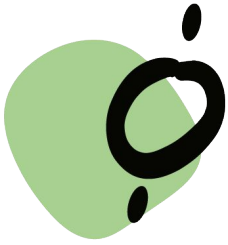
Valide du 26/01/2022 au 25/01/2025 - Première émission le 26/01/2022
Vérifiable sur www.certif-icpf.org

Accréditation N° 5-0616, portée disponible sur www.cofrac.fr



François GALINOU
Président

123 rue Jules Guesde - 92300 Levallois-Perret France



Informations pratiques

INFOS HANDICAP :

Nos formations peuvent être accessibles aux personnes en situation de handicap.

Chaque situation étant unique, nous vous demandons de préciser à l'inscription votre handicap. Nous pourrions ainsi confirmer l'ensemble des possibilités d'accueil et vous permettre de suivre la formation dans les meilleures conditions en accord avec votre employeur. Pour toutes informations complémentaires, nous vous conseillons les structures suivantes : ONISEP, AGEFIPH et FIPHFP

Nous choisissons des salles de formation PMR accessibles par les transports en commun et à proximité de lieux de restauration/hébergement. Nous sommes particulièrement sensible à l'intégration des personnes en situation de Handicap.

Contactez-nous afin d'étudier les possibilités de compensation disponibles.

Référente handicap pour les formations : Christiane Fanis

MODALITÉS D'ACCÈS

Locaux de la Maison des Communicants, 23, Rue la Boétie, 75008, Paris

Métro Miromesnil, lignes 9 et 13

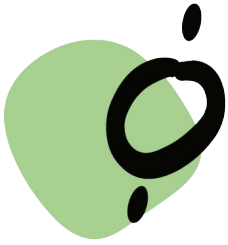
Bus : ligne 80, ligne 53 et la ligne 32

Pas de code après 8h (ou B7923) pour la première porte, à la seconde porte, sonnez à « COMENT ». Premier étage.

Pour toute question concernant l'accessibilité de personnes en situation de handicap, n'hésitez pas à vous rapprocher de notre référente handicap, Christiane Fanis: c.fanis@lescommunicants.fr

DÉLAI DE CONFIRMATION POUR LES FORMATIONS :

L'équipe confirmera le maintien de la formation aux stagiaires et au formateur au plus tard deux semaines avant la date prévue de la session



Les deux offres possibles

INTER-ENTREPRISE

Ce sont les sessions auxquelles vous pouvez vous inscrire individuellement. Elles ont l'avantage de mélanger des stagiaires de différents secteurs et de favoriser les échanges. Sur demande, ces formations peuvent également être organisées en format INTRA-entreprise.

INTRA-ENTREPRISE

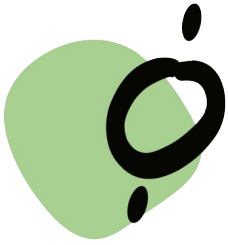
Ces formations se déroulent au sein d'une même structure. Il s'agit de sessions développées sur mesure en fonction de vos besoins.

Le prix est forfaitaire, option intéressante lorsque vous avez une équipe à former.

Les sessions INTRA-entreprises ont l'avantage d'être plus ciblées et personnalisées, car les participants ont souvent des niveaux plus homogènes.

Sur demande, toutes nos formations INTER-entreprise sont disponibles en format INTRA-entreprise.

Contactez-nous pour une demande de formation INTRA



Les différents formats de formation

Pour vous former au mieux sur des thématiques en relation avec la communication, nous vous proposons des formation d'une durée d'une journée au sein de nos locaux ou en 180 minutes chrono, en visio.

1 JOURNÉE

Membre : 500 € HT - (TVA à 20%, soit 600 € TTC)

Collaborateur d'une structure membre : 640 € HT - (TVA à 20%, soit 768 € TTC)

Membre d'une association partenaire : 640 € HT - (TVA à 20%, soit 768 € TTC)

Tout public : 850 € HT - (TVA à 20%, soit 1020 € TTC)

180 MINUTES

Membre : 250 € HT - (TVA à 20%, soit 300 € TTC)

Collaborateur d'une structure adhérente : 320 € HT- (TVA à 20%, soit 384 € TTC)

Membre d'une association partenaire : 320 € HT- (TVA à 20%, soit 384 € TTC)

Tout public : 400 € HT- (TVA à 20%, soit 480 € TTC)



De nombreuses sessions tout au long de l'année...

17

**SESSIONS DE FORMATIONS
ANIMÉES**

*"Des formations interactives et
pragmatiques."*

65

**COMMUNICANTS
FORMÉS**

*"C'était du concret, partagé avec
beaucoup de pédagogie et de maîtrise."*

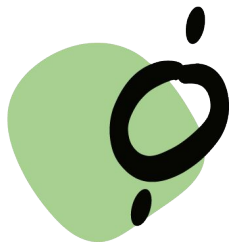
*"Les formateurs sont pédagogues et à
l'écoute des besoins des participants."*



01

THÉMATIQUE

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



Objectif IA : optimisez votre stratégie de communication

Je m'inscris à la prochaine session : jeudi 14 novembre 2024 de 9h à 17h

Partez, une journée durant, à la découverte de l'intelligence artificielle et de ses répercussions sur la communication.

Au cours de cette formation, vous explorerez les fondamentaux du fonctionnement des intelligences artificielles génératives et leurs impacts sur les stratégies, activités et métiers de communication.

Vous apprendrez, en les pratiquant, les rudiments des deux principaux outils d'intelligence artificielle générative actuels et connaîtrez d'autres applications d'IA afin d'en faire un atout dans votre fonction et de ne pas être dépassés par la révolution qu'ils représentent.

Les objectifs

Se familiariser avec l'intelligence artificielle et ses conséquences en matière de communication

- > Compréhension des fondamentaux de l'IA
- > Compréhension des fondamentaux de ChatGPT (chatbot)
- > Compréhension des fondamentaux de DALL-E (text-to-image)

Le programme

Séquence 1 Présentation théorique des fondamentaux du fonctionnement des intelligences artificielles génératives et leurs impacts sur les stratégies, activités et métiers de communication

Séquence 2 Atelier ChatGPT (chatbot) en petits groupes

Séquence 3 Atelier DALL-E (text-to-image) en petits groupes

Séquence 4 Masterclass 2 : autres outils d'intelligence artificielle utilisables par les participants, cas pratiques, conseils à suivre pour continuer de s'aguerrir après la formation



Christophe Lachnitt, consultant indépendant en communication et marketing. Fondateur de Croisens

Public

Tout public

Durée

1 journée, 7 heures

Prérequis/niveau

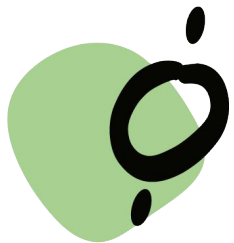
Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

Apporter un ordinateur

Créer un compte ChatGPT (version payante ChatGPT Plus recommandée)





180 mn pour maîtriser ChatGPT & Gemini

Je m'inscris à la prochaine session : lundi 4 novembre 2024 de 9h à 12h

Qui n'a pas entendu parler de ChatGPT en 2024 ? Cette IA générative, première à avoir percé le mur du son médiatique, est la plus utilisée au monde, avec des chiffres qui donnent le tournis.

Alors que ChatGPT est idéal pour avoir un résumé du règne de Louis XIV ou trouver une recette de pad thaï végétarien, l'intégrer dans son quotidien professionnel est une autre affaire.

En parallèle, bien que le géant Google peine à imposer son IA générative face à la force de frappe de ChatGPT, celle-ci présente de réels atouts pour les communicants. Mais quand l'utiliser ? et surtout comment ?

De ce fait, nous vous proposons une formation permettant de mieux comprendre le fonctionnement de ces deux IA génératives, leur impact sur le secteur de la communication, mais surtout de mieux les utiliser pour gagner du temps et pour simplifier votre quotidien professionnel.

Nous vous présenterons également des cas concrets pour appréhender toute la puissance de ces outils.

Les objectifs

> **Comprendre** les principes de l'IA et son application dans le secteur de la communication

> **Maîtriser** l'utilisation de ChatGPT et Bard, et l'intégrer à son quotidien : production de contenu, réponse à des mails, invitations, organisation de planning, d'événements, etc.

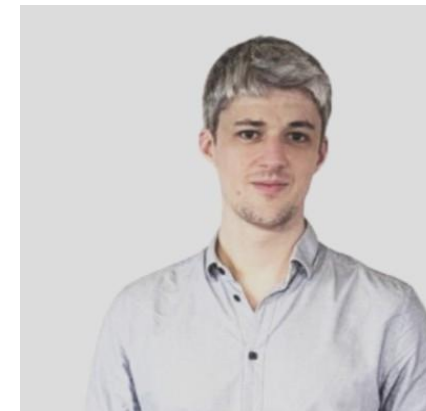
> **Développer** une approche critique et éthique de l'IA

En assistant à cette formation, vous repartirez avec

> La compréhension de ce qu'est une IA générative, aussi bien sur son fonctionnement que sur les aspects sécuritaires

> Une vue d'ensemble de l'impact de ces IA génératives text-to-text sur vos métiers

> Des exemples concrets d'usages pour gagner du temps au quotidien et intégrer ces IA génératives à vos routines de travail



Allan Maintenant

Responsable IA chez Deep
Opinion

Public

Tout public

Durée

1 demi-journée, 3 heures

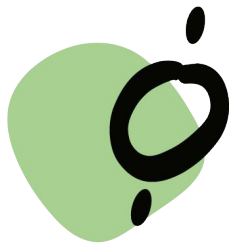
Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

Apporter un ordinateur
Créer un compte sur ChatGPT
(version payante recommandée) et
Gemini





180 mn pour maîtriser Midjourney & DALL-E

Je m'inscris à la prochaine session : jeudi 28 novembre 2024 de 9h à 12h

Alors que les productions visuelles occupent une place toujours plus importante dans la communication, les IA génératives text-to-image telles que Midjourney et Dall-E sont venues percuter nos processus de travail sur la question.

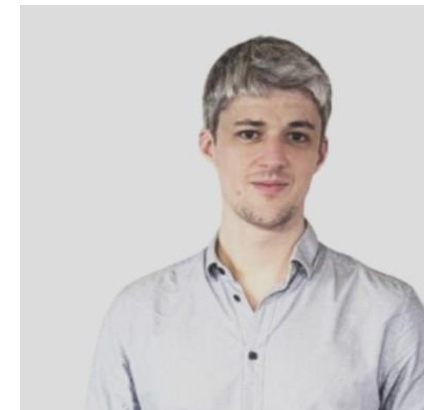
Elles révolutionnent la production de contenus visuels à la fois par leurs capacités à générer des photos de bonne qualité à des coûts limités, mais elles permettent surtout d'avoir un réel échange pour améliorer et perfectionner rapidement un contenu.

Les objectifs

- > **Comprendre** les principes de l'IA et son application dans le secteur de la communication
- > **Maîtriser** l'utilisation de Midjourney et de Dall-E et l'intégrer à son quotidien : production de contenu, modification d'une photo, etc.
- > **Comprendre** les règles juridiques pour les contenus produits par Midjourney et Dall-E

En assistant à cette formation, vous repartirez avec

- > La compréhension de ce qu'est une IA générative, aussi bien sur son fonctionnement que sur les aspects sécuritaires
- > Une vue d'ensemble de l'impact de ces IA génératives text-to-image sur vos métiers
- > Des exemples concrets d'usages pour gagner du temps au quotidien et intégrer ces IA génératives à vos routines de travail



Allan Maintenant

Responsable IA chez Deep Opinion

Public

Tout public

Durée

1 demi-journée, 3 heures

Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

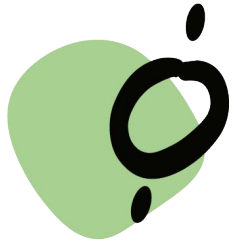
Apporter un ordinateur
Créer un compte sur Midjourney et Dall-E



02

THÉMATIQUE

COMMUNICATION RSE



Communication responsable : intégrez les bons réflexes

Je m'inscris à la prochaine session : mardi 17 décembre 2024 de 9h à 17h

Les objectifs

- > **Comprendre** les enjeux de la communication responsable
- > **Appréhender** les outils de mesure et d'action à disposition des communicant.es
- > **Pouvoir** agir sur ses actions pour améliorer l'impact de sa communication

Le programme

- > **Les enjeux écologiques et l'impact de la communication**
 - > **La communication responsable :**
 - Faire de la communication un levier de la transition
 - Les acteurs
 - Les référentiels...
 - > **Agir sur les contenus :**
 - Messages et stéréotypes
 - Cas pratiques
- > **Réduire l'impact des actions de communication :**
 - Éco-conception des événements
 - Éditions
 - Numérique, vidéo...
 - Cas pratiques en fonctions des problématiques des participant.es
- > **Le pilotage de la démarche :**
 - Stratégie
 - Indicateurs
 - Accompagnement



Thierry Libaert est Conseiller
au Comité Économique et Social
Européen

Public

Tout public

Durée

1 journée, 7 heures

Prérequis/niveau

Maîtriser les enjeux généraux de
la communication d'entreprise

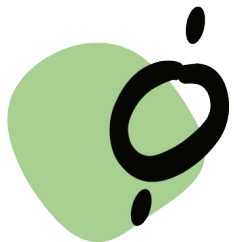
Matériel

Aucun matériel nécessaire

03

THÉMATIQUE

RÉSEAUX SOCIAUX



180 mn pour maîtriser les fondamentaux du Social Advocacy

Je m'inscris à la prochaine session : mardi 19 novembre 2024 de 14h à 17h

Une bonne stratégie d'advocacy, c'est l'assurance de gagner en visibilité mais aussi d'améliorer votre image de marque, qu'elle soit commerciale, employeur ou corporate.

Les objectifs

- > **Prendre en main** le volet méthodologique global
- > **Comprendre** la mise en place opérationnelle de la stratégie et comprendre les livrables clés à chaque étape
- > **Pré-identifier** la démarche, la gouvernance et les indicateurs clés de performance

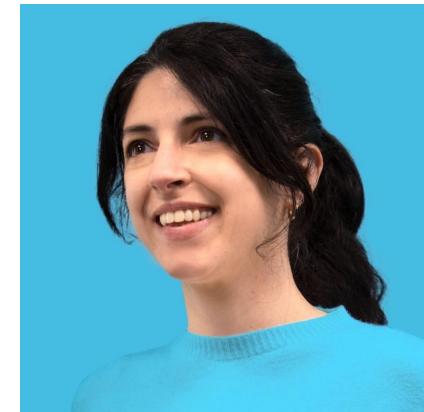
Au programme

1. Inspirations : la social advocacy en mouvement :

- Benchmark et cas d'usage de stratégies en place
- Focus sur le leader advocacy
- Et pour les collaborateurs ? Exemples de stratégies inspirantes

2. La social advocacy en pratique :

- Les pré-requis pour mettre en place une stratégie d'advocacy
- Comment élaborer une stratégie de social Advocacy ?
 - outils & livrables
- Quelle organisation mettre en place pour le succès d'une stratégie d'advocacy ?
 - Comitologie & personnes à mobiliser
- Quels KPIs pour mesurer les succès ?



Claire Duriez,

Directrice Social media et social advocacy chez la Netscouade

Public

Tout public

Durée

1 demi-journée, 3 heures

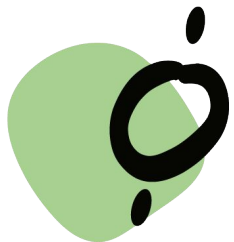
Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

Apporter un ordinateur





180 mn pour maîtriser LinkedIn

Je m'inscris à la prochaine session : lundi 18 novembre 2024 de 9h à 12h

Vous êtes-vous déjà demandé comment vous démarquer sur LinkedIn ? Comment construire une présence en ligne qui attire l'attention des recruteurs, des clients potentiels ou des partenaires commerciaux ? Le personal branding est la clé pour développer votre visibilité et votre influence professionnelle sur cette plateforme incontournable.

Dans cette formation complète sur le personal branding sur LinkedIn, vous découvrirez les stratégies et les techniques essentielles pour créer et promouvoir une marque personnelle forte qui reflète votre identité professionnelle et attire les bonnes opportunités.

Les objectifs

- > **Comprendre** les enjeux de LinkedIn et découvrir les bonnes pratiques pour son usage professionnel
- > **Acquérir** les techniques pour optimiser sa page et créer des contenus pertinents
- > **Booster** la visibilité et l'influence de son entreprise

Contenu de la formation

> Créer une marque entreprise visible sur LinkedIn

Comprendre le fonctionnement de la plateforme, l'algorithme et ses fonctionnalités
Etude de cas : Les 10 entreprises qui font briller leurs prises de parole
Activer les meilleures pratiques pour faire rayonner son compte
Atelier (individuel) : Remettre à jour sa page entreprise

> Écrire des posts à impact pour mettre en lumière votre activité

Différencier les formats pour chaque objectif de communication : photos, carrousels, vidéos...
Appliquer les principes du bon post, adapter son écriture pour la plateforme
Atelier (individuel) : rédiger une publication à forte valeur ajoutée grâce à l'IA

> Mettre en place une stratégie de communication sur LinkedIn

Rédiger une ligne éditoriale d'entreprise pertinente et pérenne.
Mesurer les performances de ses publications et améliorer ses statistiques



Emeraude Lamiet, dirigeante,
Consultante et Formatrice sur les
réseaux sociaux chez L'Homme a
vu l'Ours

Public

Tout public

Durée

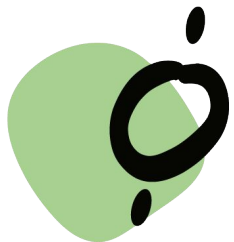
1 demi-journée, 3 heures

Prérequis/niveau

Avoir un compte LinkedIn et ses
accès d'identification

Matériel

Apporter un ordinateur



180 mn pour écrire sur les réseaux sociaux

Je m'inscris à la prochaine session : vendredi 8 novembre 2024 de 9h à 12h

La promotion de son contenu, de sa marque et de son travail sur internet est aujourd'hui une étape incontournable. C'est un levier de communication puissant pour quiconque souhaite accroître sa visibilité et se distinguer de la concurrence. Cependant, l'art de rédiger pour le web va bien au-delà des simples compétences en rédaction. En tant que rédacteur web, vous devez jongler avec différents registres de langage, maîtriser les spécificités de chaque plateforme en ligne, adapter vos textes pour répondre aux exigences du référencement naturel (SEO) et comprendre les bases de l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA).

Notre formation met à votre disposition une boîte à outils complète pour perfectionner vos compétences en seulement 3 heures.

Les objectifs

- > **Améliorer** les contenus rédactionnels des équipes sur les réseaux sociaux
- > **Construire** une ligne éditoriale homogène et durable
- > **Ecrire** des publications adaptées pour des canaux et des publics différents

Contenu de la formation

- > **Ecrire pour être vu, lu et transformé**
Comprendre l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus social media
Maîtriser le message essentiel
Choisir un angle en fonction de son objectif, de sa cible
- > **S'initier aux différents types d'écriture pour les réseaux sociaux**
Hiérarchiser l'information et rédiger son post
Optimiser son écriture pour la diffusion et le référencement
Règles d'usages : #, nombres de caractères, heures de publication selon les réseaux
- > **Maîtriser les techniques d'accroche, capter l'attention**
Utiliser l'IA pour améliorer la qualité de ses publications
Bonnes pratiques et astuces d'écriture pour optimiser la lecture et l'engagement



Emeraude Lamiet, dirigeante,
Consultante et Formatrice sur les
réseaux sociaux chez L'Homme a
vu l'Ours

Public

Tout public

Durée

1 demi-journée, 3 heures

Prérequis/niveau

Rédiger régulièrement sur les
réseaux sociaux internes, externes

Matériel

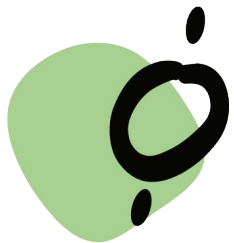
Apporter un ordinateur



04

THÉMATIQUE

COMMUNICATION DE CRISE



Comment mettre en place une organisation de communication de crise

Je m'inscris à la prochaine session : mardi 3 décembre 2024 de 9h à 17h

Les objectifs

> **Mettre en place** ou renforcer une organisation de communication de crise

> **Organiser** les circuits d'alterne et d'information avec les différents publics

> **Identifier** les pièges et les bons réflexes dans les relations presse

Programme

> **Avant : préparer la crise**

La crise : ça n'arrive pas qu'aux autres

Le déroulement des crises

Préparation de la communication de crise

Identifier les risques de votre organisation

> **Pendant : gérer la crise**

Les stratégies de communication de crise

L'organisation de la communication de crise

Les publics internes et externes de l'entreprise en crise

Préparer les message de la crise anticipée

> **Après : profiter de la crise pour améliorer son image**

La sortie de la crise

Organiser son retour d'expérience

Transformer la crise en opportunité

Décryptage de cas pratiques de gestion et de sortie de crise



Thierry Libaert, Conseiller au Comité Économique et Social Européen

Public

Tout public

Durée

1 journée, 7 heures

Prérequis/niveau

Connaître les fondamentaux de la gestion d'une publication, maîtriser les enjeux généraux de la communication d'entreprise

Matériel

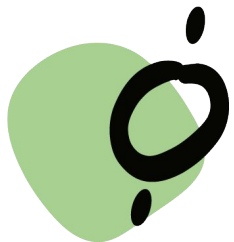
Aucun matériel nécessaire



05

THÉMATIQUE

COMMUNICATION ÉDITORIALE



180 mn pour maîtriser les bonnes pratiques de la sobriété éditoriale

Je m'inscris à la prochaine session : mardi 1er octobre 2024 de 9h à 12h

Vous avez une pratique aguerrie de la communication, de la stratégie et la rédaction de contenus.

Vous souhaitez réviser vos pratiques à la loupe de la sobriété éditoriale. Avec pour bénéfices : respecter la charge mentale des internautes, rationaliser votre charge de travail et limiter votre empreinte numérique ?

Bienvenue à la formation Maîtriser la Sobriété éditoriale.

Les objectifs

> **Comprendre** et s'approprier l'approche par la sobriété éditoriale

> **Bénéficier** d'étapes pour la mettre en oeuvre

Le programme

1. Prendre conscience

L'empreinte du numérique, de l'efficacité de la communication et de la charge mentale

2. Comprendre

Les bénéfices : 3P et la sobriété éditoriale

3. Agir

Étape 1. Mes objectifs sont-ils des services rendus ?

Étape 2. Avant de créer le contenu, j'interroge son utilité

Étape 3. Avant de créer le contenu, je détermine son format

Étape 4. En rédigeant le contenu, je prête attention à sa qualité

Étape 5. Je pilote le cycle de vie du contenu

Étape 6. Je poursuis les actions en continu

4. Vigilance et freins

Penser les indicateurs de mesure et retour d'expériences

5. Premiers pas

Synthèse et échanges



Ferréole Lespinasse

accompagne la redirection de la communication avec Cyclop Éditorial

Public

Personne en charge de la communication / rédaction web, Responsable de sites internet et réseaux sociaux, Rédacteur/trice web

Durée

1 demi-journée, 3 heures

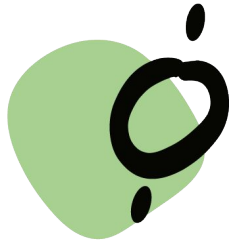
Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

Apporter un ordinateur





180 mn pour comprendre les clés du succès du podcast de marque

Je m'inscris à la prochaine session : jeudi 3 octobre 2024 de 9h à 12h

Les objectifs

> **Comprendre** l'importance du podcast dans le paysage du marketing. • Pourquoi l'inclure dans sa stratégie de contenus ?

> **Découvrir** les nouvelles tendances et les nouveaux formats. • Comment trouver un angle ? Pour répondre à cette question, nous proposons à nos participants un brainstorming à partir d'une étude de cas. • Découvrir quelles sont les opportunités pour les marques.

> **Terminer** cette formation en possession des principales clés pour réussir son podcast : le comprendre et l'appréhender, s'en servir dans le cadre de sa stratégie de contenus, découvrir ses nouvelles tendances, et comprendre quel est l'intérêt pour une marque de produire son propre podcast.



Emmanuelle Myoux

Fondatrice de l'agence Newing et podcasteuse

Public

Tout public

Durée

1 demi-journée, 3 heures

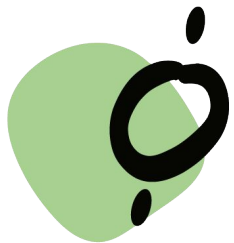
Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

Apporter un ordinateur





Bâtir une stratégie de contenus forte et cohérente

Je m'inscris à la prochaine session : mardi 29 octobre 2024 de 9h à 17h

Élaborer du contenu éditorial, c'est produire de l'information « chaude » au quotidien.

- Comment acquérir la certitude que cette activité souvent intense sera utile à la marque et en valorisera fidèlement les fondamentaux ?
- Qu'est-ce que votre organisation a à dire et comment doit-elle le dire ?

Au cours de cette formation, nous identifierons de quelle manière bâtir le récit stratégique qui deviendra le fil rouge de votre création de contenus et comment mettre en œuvre concrètement ce récit à travers une programmation éditoriale adaptée à vos différents publics, en interne comme en externe.

En clair, nous verrons comment définir une stratégie de contenu maîtrisée, cohérente et pertinente.

Les objectifs

Élaborer un axe narratif qui fait sens et le décliner à travers un écosystème diversifié de contenus éditoriaux

> **Définir** votre plateforme de contenus en cohérence avec vos objectifs de communication

> **Identifier** les comportements que vous souhaitez activer auprès de vos publics

> **Concevoir et planifier** votre écosystème de contenus

> **Exploiter** toute la richesse de l'éditorial et de ses différents formats

Déroulé pédagogique

Intro – Rappel : les différentes facettes des contenus éditoriaux

- > La valeur éditoriale intrinsèque des différents contenus
- > Les différents registres d'expression
- > Point sur les tendances éditoriales les plus récentes
- > Élaborer un axe narratif unique et transversal
- > Concevoir l'écosystème des contenus le mieux adapté à ses objectifs et ses cibles
- > Organiser cet écosystème
- > Un thème/Une déclinaison globale : Case study

Exercices de groupe à partir d'une problématique de l'un des participants en lien avec la gestion des contenus



Didier Le Gorrec

Directeur éditorial, Madras Editing

Public

Responsables éditoriaux, communication interne ou externe, content managers, et de publications corporate

Durée

1 journée, 7 heures

Prérequis/niveau

Connaître les fondamentaux de la gestion d'une publication, maîtriser les enjeux généraux de la communication d'entreprise

Matériel

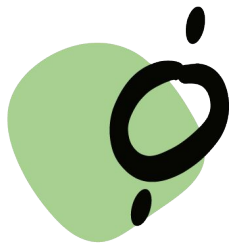
Aucun matériel nécessaire



06

THÉMATIQUE

PERSONAL BRANDING



Assumer son leadership à travers son personal branding

Je m'inscris à la prochaine session : mardi 10 décembre 2024 de 9h à 17h

Le cours a pour objectif de présenter les bases du personal branding, comment il se manifeste, d'augmenter son leadership, de favoriser sa notoriété et son impact pour le développement en tant que professionnel. Ces notions sont indispensables lorsqu'on parle de notoriété, d'image, prise de parole en public, de communication, de vente et d'expérience client.

En assistant à cette formation, vous repartirez avec

- > Une vue d'ensemble sur le personal branding et comment l'incarner par sa singularité
- > La construction de son storytelling
- > Les fondamentaux de la création de contenu
- > Assumer son image et incarner sa marque publiquement sur tous les types de réseaux

Les objectifs

- > **Donner** les bonnes pratiques pour se définir
- > **Mettre** en place sa ligne éditoriale
- > **Savoir** personnaliser ses outils de communication
- > **Dépasser** ses jugements liés à l'exposition et au jugement
- > **S'affirmer** dans sa posture et marquer les esprits positivement
- > **Se créer** une communauté et créer l'engagement
- > **Prendre conscience** de la communication non-verbale et articuler un pitch commercial

Le programme

1. Storytelling
2. Singularité
3. Contenu x Ligne éditoriale
4. Posture : Articuler un pitch commercial



Lucie Lebaz, Directrice de Création spécialisée en marque depuis 2005

Public

Entrepreneurs : dirigeant ou / et indépendants (consultant, freelance etc), responsables com x marketing, cadre salarié

Durée

1 demi-journée, 3 heures

Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

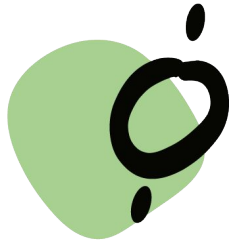
Apporter un ordinateur



07

THÉMATIQUE

STRATÉGIE DE MARQUE



Nouveaux récits, nouveau "branding" ?

Je m'inscris à la prochaine session : lundi 25 novembre 2024 de 9h à 17h

Les objectifs

- > **Redéfinir** le rôle de la marque en réponse aux nouvelles injonctions sociétales
- > **Répondre** à la question : comment les marques peuvent-elles engager leurs consommateurs lesquels ont une relation de plus en plus basée sur la « défiance » vis-à-vis des marques ?
- > **Quels concepts et méthodologies** utiliser pour bâtir des récits engageants, inspirants et transformatifs ? Quels sont les freins à dépasser ? Les leviers à actionner ?

Le programme

> **Nouveau contexte, nouvelles injonctions sociétales, nouvelles attentes autour de la marque ?**

Attentes des parties prenantes, des « nouveaux consommateurs », des citoyens, des ONG ?
Législation /Labels /Performance globale...comment s'y retrouver ?
Le digital et la plateformes des contenus de marques, nouveau paradigme ?
Exemples

> **Nouveaux récits, nouveaux imaginaires ?**

La communication responsable au service de la valeur « durable » de la marque
Exemples

> **Pour une nouvelle architecture de marques ?**

« Purpose driven », « Goodvertising », « Brand Utility »...vers un marketing de la considération et du « proof of care ».
Exemples

> **Une nouvelle catégorie de marques durables s'impose : les Sustainable Native Vertical Brands.**

Caractéristiques, facteurs clés de succès, impact.
Exemples
+ un workshop cas pratique



Yann Hervé, fondateur de Futur des Marques

Public

Tout public

Durée

1 journée, 7 heures

Prérequis/niveau

Aucun prérequis, niveau débutant

Matériel

Aucun matériel nécessaire

08

L'ASSOCIATION NATIONALE DES COMMUNICANTS

QUI SOMMES-NOUS ?

Une association oeucuménique depuis 1947

+1100

Communicants

issus du secteur public, privé,
agences, indépendants et
étudiants, écoles, ONG,
associations...

48%
entreprise privées

14%
agences

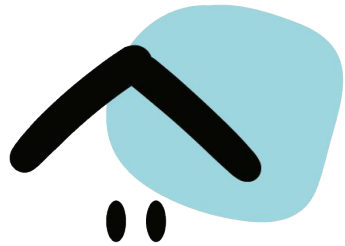
9%
divers (transition de
carrière, associations,
écoles...)

21%
secteur public

3%
freelance

5%
étudiants et jeunes
professionnels

Nos 4 univers de services



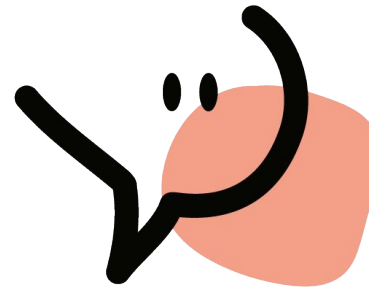
LE TIERS LIEU : **La maison des communicants**

Du lundi au vendredi, de 9h à 18h : la maison des communicants vous ouvre ses portes pour travailler, networker, buller, s'inspirer ou échanger.



LE NETWORK : **Créez des liens forts**

Rejoignez une communauté où chaque événement, des Grands Prix de la Communication aux afterworks, est une opportunité de tisser des liens, d'échanger des idées et de célébrer la richesse de notre métier.



LA SCÈNE OUVERTE : **Partagez votre expertise**

En tant que membre, nous vous confions les clés de la maison. Que ce soit à travers des ateliers, des débats ou des rencontres, nous vous offrons l'opportunité de venir organiser vos conférences, déjeuner-débat, café littéraire, pour partager votre savoir-faire, inspirer et être inspiré.



LA FORMATION : **Évoluez avec les tendances**

La communication est en constante évolution. Avec notre catalogue de formations, restez à la pointe des tendances et des compétences requises. Que vous soyez débutant ou expert, nos formations vous offrent les outils nécessaires pour exceller dans votre métier.

Pour toute question, contactez Églantine !



Eglantine Gendron, Responsable
administrative et comptable
> devis, conventions et financements
des formations
> relations stagiaires et formateurs
> responsable des formations INTRA
e.gendron@lescommunicants.fr
T : 01 47 03 68 05