

FORMATIONS 2026



ROSe

SOMMAIRE

PRÉAMBULE	3
------------------	----------

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES DES FORMATIONS	4
--	----------

FORMATIONS DIGITALES	5
-----------------------------	----------

COMPRENDRE LES MULTIPLES ENJEUX DES MÉTAVERSES	6
--	---

MARKETING ET MÉTAVERSES : QUELS DÉFIS ET QUELLES OPPORTUNITÉS POUR LES MARQUES ?	7
--	---

SAVOIR UTILISER WORDPRESS ET CONNAÎTRE LES BASES DU SEO	8
---	---

SAVOIR UTILISER WORDPRESS ET WOOCOMMERCE	10
--	----

FORMATION À L'ÉCRITURE POUR LE WEB	12
------------------------------------	----

DIGITALISATION DE L'ÉVÉNEMENTIEL	13
----------------------------------	----

DÉFINIR ET DÉPLOYER SA STRATÉGIE SUR INSTAGRAM	14
--	----

PRÉAMBULE

Ce catalogue des formations 2026 est proposé à titre indicatif, toutes nos formations sont réalisées sur-mesure à la demande de nos clients.

Le but de ce catalogue est de servir de base à votre réflexion et à nos échanges. Si vous n'y trouvez pas la formation que vous aimeriez suivre, n'hésitez pas à nous contacter nous pourrions certainement la bâtir pour vous.

Toutes nos formations sont dispensées en intra-entreprise ou en distanciel asynchrone.

Si parmi les futurs stagiaires certains sont en situation de handicap, merci de nous en avertir afin que nous déterminions ensemble les possibilités et conditions de prise en charge.

Référent pédagogique et PSH : Agnès Laurent.

- email: agnesl@roseetverte.com
- Tel : 06 03 54 76 39

BILAN FORMATION 2025

NOMBRE
DE FORMATION

7

NOMBRE
DE STAGIAIRES

11

NOTE MOYENNE DE
SATISFACTION

4,6/5

NOTE DE
SATISFACTION
FORMATEUR

4,7/5

Qualiopi
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a
été délivrée au titre de la
catégorie d'actions suivantes :

ACTIONS DE FORMATIONS

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES DES FORMATIONS

CONTEXTE :

Nos formations s'appuient sur les connaissances préexistantes du public et combinent différentes modalités pédagogiques : approche théorique, temps d'échanges, exercices pratiques, permettant aux apprenants d'être acteurs de la séance de formation.

OBJECTIFS :

Répondre aux besoins de formation d'un public ciblé par une réponse personnalisée, concrète et opérationnelle. Chaque formation est bâtie pour assurer un transfert de savoir-faire et une mise en pratique de la théorie au travers d'exercices.

MODALITÉS :

Toutes les formations sont dispensées en individuel ou en groupe restreint pour faciliter l'individualisation de l'apprentissage et un échange constructif avec le formateur en intra-entreprise ou en distanciel synchrone.

La phase de définition des besoins de l'entreprise et de l'évaluation des acquis de chaque apprenant permet de bâtir une formation directement adaptée aux attentes identifiées.

La structure de chaque formation, les exemples présentés ainsi que les exercices proposés garantissent une mise en situation empreinte du vécu professionnel des apprenants. L'approche concrète grâce aux mises en situation permet à l'apprenant de transposer les notions abordées avec sa situation réelle présente ou à venir.

Les formations sont dispensées en présentiel en intra-entreprise ou en distanciel synchrone. Leur séquençage est modulé pour permettre à l'apprenant de s'approprier les connaissances et techniques et de réaliser des travaux de mise en application.

À chaque temps de formation succède un temps de pause et d'assimilation qui donne à l'apprenant la possibilité de tester ses acquis, de réaliser des exercices, de prendre du recul vis-à-vis du contenu pédagogique présenté et de formuler des questions auprès du formateur pour enrichir les séances de formations suivantes et les rendre encore plus concrètes.

Les exercices proposés sont directement issus du contexte particulier de l'entreprise et/ou de son univers concurrentiel.

Les outils pédagogiques sont projetés durant la formation pour favoriser l'appropriation et la mémorisation de leurs contenus et remis aux apprenants sous forme papier et/ou électronique à l'issue de la formation.

Le règlement intérieur applicable est celui de l'entreprise dans laquelle les formations sont dispensées.

L'entreprise contractante s'engage à fournir à ses salariés le matériel nécessaire au bon déroulé de la formation : connexion internet stable, accès à des sites externes (adaptation du pare-feu et des conditions d'accès aux réseaux sociaux,...).

Si l'effectif des stagiaires comporte des psh, une réunion préalable sera organisée pour évaluer l'adaptabilité de la formation aux stagiaires concernés. Les conditions d'accueil demeurent le fait de l'entreprise contractante.

FORMATIONS DIGITALES

FORMATRICES :

NATHALIE BADREAU & AGNÈS LAURENT

COMPRENDRE LES MULTIPLES ENJEUX DES MÉTAVERSES

Nouvelle formation

DURÉE

1 jour

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR

1250€ HT pour une formation
en présentiel intra-entreprise
ou distanciel synchrone

PUBLIC

Toute personne souhaitant appréhender et anticiper les mutations sociétales induites par l'essor des mondes virtuels.

PRÉREQUIS

Aucun.

OBJECTIFS

- Savoir différencier les différentes technologies, leurs avantages et inconvénients.
- Comprendre le nouveau lexique du Web3.
- Maîtriser les nouveaux usages et codes.
- Mise à jour des cas d'usages.

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Présentation générale du concept des métaverses, présentation spécifique des éléments structurants (Technologie, NFT, Crypto-monnaie, Avatars...) Case-studies.

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issue de la session de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf – Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : MÉTAVERSE, CONCEPTS ET TECHNOLOGIE

- Mise en perspective, Web1 - Web2 - Web3.
- Concepts et convergences sociétales, culturelles et technologiques.
- Gaming, nouveaux usages et code des GenZ et Alpha.
- État des lieux des différentes technologies et acteurs (outils, infrastructure, connectivité, AR, VR et Mixed Réalité, combinaisons haptiques).

ATELIER PRATIQUE : TEST CASQUE RÉALITÉ VIRTUELLE (PRÉSENTIEL) OU EXPLORATION D'UN MONDE VIRTUEL (DISTANCIEL).

SÉQUENCE 2 : NOUVEAUX CODES ET USAGES

- L'avatar, l'identité numérique augmentée : l'effet Proteus et le «direct to avatar».
- Skins, NFT, POAP, Wallet, drop, whitelist ... Un nouveau champ lexical à maîtriser.
- L'expérience utilisateur : Tokenisation, narration 3D, Co-création et nouvelles communautés.
- Exemples de dispositifs dans différents domaines.

ATELIER PRATIQUE : ÉTUDE DE CAS.

MARKETING ET MÉTAVERSES : QUELS DÉFIS ET QUELLES OPPORTUNITÉS POUR LES MARQUES ?

Nouvelle formation

DURÉE

1 jour

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR

1250€ HT pour une formation
en présentiel intra-entreprise
ou distanciel synchrone

PUBLIC

Professionnels du marketing et de la communication souhaitant appréhender et anticiper les défis et les opportunités induits par l'essor des mondes virtuels.

PRÉREQUIS

Avoir assisté à la formation « Comprendre les multiples enjeux des métaverses ».

OBJECTIFS

- Mise à jour des cas d'usages : les campagnes réalisées (tous secteurs) et leur ROI.
- Connaître les incontournables d'une « expérience augmentée ».
- Maîtriser les nouveaux usages et codes des communautés NFT.
- Évaluer les contraintes (temps d'attention, RGDP, cybernétose...).

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Présentation générale du concept des métaverses, présentation spécifique des éléments structurants (Technologie, NFT, Crypto-monnaie, Avatars...) Case-studies.

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issue de la session de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf – Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : METAVERS, OPPORTUNITÉS

• **Expérience augmentée et mondes immersifs : les prérequis, les écueils, les avantages.**

• **Les 4 approches stratégiques pour de nouvelles opportunités :**

- Mécanique : connecter les produits & services d'une nouvelle façon.
- Optimisation : ajouter de la valeur aux marques traditionnelles.
- Disruption : créer de nouveaux marchés et/ou de nouvelles chaînes de valeur.
- Expérience : l'avatar au centre des scénarios.

ATELIER PRATIQUE : ÉTUDES DE CAMPAGNES ET DÉCRYPTAGE ROI.

SÉQUENCE 2 : METAVERSE, ENJEUX

• **NFT et Communautés, le nouveau CRM.**

• **Quelle place pour les réseaux sociaux « traditionnels » ?**

• **Temps d'attention et cybercinétose.**

• **Implications juridiques (RGPD, données, propriétés numériques, crypto-monnaie...).**

ATELIER PRATIQUE : ÉTUDE DE CAS.

SAVOIR UTILISER WORDPRESS ET CONNAÎTRE LES BASES DU SEO

Note de satisfaction : 5/5

DURÉE

2 jours

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR

MAXIMUM 5 STAGIAIRES

1 250€ HT, soit 2 500€ HT
pour 2 jours de formation en
présentiel intra-entreprise ou
distanciel synchrone

PUBLIC

Toute personne souhaitant comprendre comment créer des contenus sur un site déployé sous Wordpress.

PRÉREQUIS

Savoir naviguer sur le web et connaître les outils bureautiques.

OBJECTIFS

- Connaître le CMS Wordpress et comprendre son fonctionnement.
- Savoir créer, modifier et aménager les contenus éditoriaux d'un site sous Wordpress.
- Comprendre les bases du référencement naturel - SEO.
- Mise en pratique.

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Présentation générale du CMS, présentation spécifique des fonctionnalités éditoriales de Wordpress, savoir produire des contenus adaptés au SEO, Exercices pratiques illustrant le contenu pédagogique.

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issu des ateliers de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf - Exercices pratiques en ligne - Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : CONNAÎTRE LE CMS WORDPRESS ET COMPRENDRE SON FONCTIONNEMENT

- Qu'est-ce qu'un CMS.
- Quels sont les avantages de Wordpress par rapport aux autres CMS existants.
- Comment fonctionne Wordpress.
- Comment installer Wordpress : hébergement, nom de domaine, paramétrage.
- Télécharger Wordpress et installer les fichiers.
- Créer la base de données.
- Les mises à jour.

ATELIER PRATIQUE : INSTALLATION D'UN SITE.

SÉQUENCE 2 : SAVOIR CRÉER LES CONTENUS ÉDITORIAUX D'UN SITE WORDPRESS

- Présentation du front office et du back office.
- Création des menus : principal - secondaire - pied de page.
- Créer et publier des pages, organiser les niveaux de pages, affecter les pages au menu, gérer la page d'accueil.
- Gestion des articles : création, édition, modification, programmation différée, affectation des catégories.
- Gestion des différents médias : Images, Audio, Vidéo.
- Apprendre à utiliser l'éditeur de texte.

ATELIER PRATIQUE : PUBLICATION ET MISE EN FORME DE CONTENUS.

SÉQUENCE 3 : SAVOIR MODIFIER LES CONTENUS D'UN SITE WORDPRESS

- Intégrer des éléments graphiques et des médias dans les pages.
- Changer l'apparence de son site grâce aux thèmes.
- Les plugins qu'est-ce que c'est, où les trouver et comment les gérer ?
- Pour quoi ajouter des plugins ?
- Utilisation des widgets.

ATELIER PRATIQUE : CRÉATION ET MODIFICATION DE
CONTENUS ET ÉVALUATION DES ACQUIS.

SÉQUENCE 4 : COMPRENDRE LES BASES DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Qu'est-ce que le référencement naturel ou SEO ?
- Que cherchent les moteurs de recherche et les utilisateurs ?
- Comment structurer les contenus pour répondre aux contraintes du SEO.
- Les différents plugins SEO.
- Configurer l'outil SEO.

ATELIER PRATIQUE : EXERCICE PRATIQUE DE
RÉDACTION POUR LE WEB.

SAVOIR UTILISER WORDPRESS ET WOOCOMMERCE

Note de satisfaction : 4,7/5

DURÉE

4.5 jours

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR MAXIMUM 5 STAGIAIRES

1 250€ HT, soit 5 625€ HT pour
4.5 jours de formation
en présentiel intra-entreprise
ou distanciel synchrone

PUBLIC

Toute personne souhaitant comprendre comment utiliser un site déployé sous Wordpress.

PRÉREQUIS

Savoir naviguer sur le web et connaître les outils bureautiques.

OBJECTIFS

- Connaître le CMS Wordpress et comprendre son fonctionnement.
- Savoir modifier et aménager les contenus d'un site sous Wordpress.
- Maîtriser les fonctionnalités spécifiques au e-commerce avec Woocommerce.
- Comprendre les bases du référencement naturel - SEO.
- Mise en pratique.

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Présentation générale du CMS, présentation spécifique des fonctionnalités de Wordpress et de Woocommerce, savoir produire des contenus adaptés au SEO, Exercices pratiques illustrant le contenu pédagogique.

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issue des ateliers de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf - Exercices pratiques en ligne - Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : CONNAÎTRE LE CMS WORDPRESS ET COMPRENDRE SON FONCTIONNEMENT

- Qu'est-ce qu'un CMS.
- Quels sont les avantages de Wordpress par rapport aux autres CMS existants.
- Comment fonctionne Wordpress.
- Comment installer Wordpress : hébergement, nom de domaine, paramétrage.
- Télécharger Wordpress et installer les fichiers.
- Créer la base de données.
- Les mises à jour.

ATELIER PRATIQUE : INSTALLATION D'UN SITE.

SÉQUENCE 2 : SAVOIR CRÉER LES CONTENUS ÉDITORIAUX D'UN SITE WORDPRESS

- Présentation du front office et du back office.
- Création des menus : principal - secondaire - pied de page.
- Créer et publier des pages, organiser les niveaux de pages, affecter les pages au menu, gérer la page d'accueil.
- Gestion des articles : création, édition, modification, programmation différée, affectation des catégories.
- Gestion des différents médias : Images, Audio, Vidéo.
- Apprendre à utiliser l'éditeur de texte.

ATELIER PRATIQUE : PUBLICATION ET MISE EN FORME DE CONTENUS.

SÉQUENCE 3 : SAVOIR MODIFIER LES CONTENUS D'UN SITE WORDPRESS

- Intégrer des éléments graphiques et des médias dans les pages.
- Changer l'apparence de son site grâce aux thèmes.
- Comment choisir un thème pour son site ?
- Les plugins qu'est-ce que c'est et où les trouver ?
- Pour quoi ajouter des plugins et comment les gérer ?
- Utilisation des widgets.
- Paramétrage du site : utilisateurs et rôles – Options – Vie privée – Permalien.
- Répondre aux contraintes du RGPD.

ATELIER PRATIQUE : CRÉATION ET MODIFICATION DE
CONTENUS ET ÉVALUATION DES ACQUIS.

SÉQUENCE 4 : MAÎTRISER LES FONCTIONNALITÉS SPÉCIFIQUES WOOCOMMERCE

- Comprendre le fonctionnement d'une plate-forme e-commerce.
- Installation des plugins indispensables à Woocommerce.
- Paramétrer son site e-commerce avec Woocommerce.
- Comment utiliser les filtres et les tags.
- Installation et réglages.
- Gestion des stocks.
- Les commandes.
- Les livraisons.
- Les moyens de paiement.

ATELIER PRATIQUE : CRÉATION D'UNE BOUTIQUE SOUS
WOOCOMMERCE.

FORMATION À L'ÉCRITURE POUR LE WEB

Note de satisfaction : 4.5/5

Note de satisfaction formateur : 4.7/5

DURÉE

2 jours

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR

MAX 3 PARTICIPANTS

1 250€ HT, soit 2 500€ HT
pour 2 jours de formation en
présentiel intra-entreprise ou
distanciel synchrone

PUBLIC

Toute personne souhaitant comprendre comment produire des contenus adaptés pour son site web et répondant aux attentes des internautes et des moteurs de recherche.

PRÉREQUIS

Savoir rédiger des contenus et connaître les bases de la rédaction éditoriale.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la rédaction pour le web.
- Intégrer les notions du référencement naturel.
- Utiliser les techniques d'écriture adaptées au web.
- Tirer parti de l'IA pour la création de contenu.

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Etude des techniques d'écriture pour le web suivant les différentes typologies de contenus et de supports : Newsletter, articles, posts sur les réseaux sociaux, utilisation de l'IA comme aide à la rédaction, exercices pratiques illustrant le contenu pédagogique, analyse critique, partage et questions, présentation sur slides et sur des outils d'IA.

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issue des ateliers de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf – Exercices pratiques en ligne – Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA RÉDACTION POUR LE WEB

- Identifier les enjeux de l'écriture web.
- Comprendre les caractéristiques de la lecture à l'écran.
- Identifier les attentes des internautes pour délivrer une information adaptée.
- Produire des contenus adaptés favorisant la navigation et l'expérience utilisateur.
- Cas pratiques.

SÉQUENCE 2 : INTÉGRER LES NOTIONS DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Les principes du SEO.
- Définir ses mots clés.
- Le rôle des URLS et des métadonnées.
- Comprendre la structuration des contenus.
- Cas pratiques.

SÉQUENCE 3 : UTILISER LES TECHNIQUES D'ÉCRITURE ADAPTÉES AU WEB

- Définir sa stratégie éditoriale.
- S'appropriier les règles rédactionnelles.
- Concevoir et mettre en scène les liens hypertextes.
- Enrichir son contenu avec des éléments d'illustration appropriés : infographies, photos, vidéos...
- Réécrire et adapter des contenus papier au web.
- Cas pratiques.

SÉQUENCE 4 : INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX À SA STRATÉGIE DE CONTENUS

- L'impact des réseaux sociaux sur le référencement.
- Comment choisir ses réseaux sociaux ?
- Créer ou adapter ses contenus aux réseaux sociaux.
- Cas pratiques.

DIGITALISATION DE L'ÉVÉNEMENTIEL

Note de satisfaction : 4.6/5

DURÉE

4 jours

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR MAXIMUM 5 STAGIAIRES

1 250€ HT, soit 5000€ HT
pour 4 jours de formation en
présentiel intra-entreprise ou
distanciel synchrone

PUBLIC

Toute personne issue de l'organisation d'événements désireuse d'acquérir des compétences digitales adaptées à l'événementiel.

PRÉREQUIS

Etre familier de l'organisation d'événements.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et définir l'introduction du digital dans les différentes étapes de la création et l'organisation d'événements.
- Intégrer le digital dans la création d'événement.
- Connaître et comprendre l'intérêt des outils existants pour introduire une dimension digitale à l'organisation d'événement.
- Comment tirer parti de la digitalisation d'un événement pour améliorer la visibilité et la crédibilité de son entreprise.

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Mise en œuvre pratiques illustrant le contenu pédagogique et le concept abordé, partage et questions, slides.

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issu des ateliers de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf – Exercices pratiques en ligne – Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA TRANSFORMATION DIGITALE DANS L'ÉVÉNEMENTIEL

- Comprendre les enjeux de la transformation numérique.
- Comprendre comment la technologie numérique impacte l'événementiel.
- Pourquoi l'événementiel devient un nouvel outil du marketing digital/phygital.
- Déployer votre propre environnement digital.
- Se tenir au courant des dernières avancées technologiques.
- Cas pratiques et évaluation des acquis.

SÉQUENCE 2 : LES GRANDES ÉTAPES DE MISES EN ŒUVRE : DE LA PLANIFICATION À L'EXPLOITATION

- Comment optimiser la valeur de l'événement pour toutes les parties prenantes.
- La préparation : où, quand et comment instiller le digital.
- Le recrutement des participants : acquisition et transformation des leads.
- Optimiser la billetterie et en faire un levier de leads.
- Planifier et exploiter efficacement des événements.
- La mesure du succès : suivre l'engagement du public
- Checklist et timeline de communication.
- Cas pratiques et évaluation des acquis.

SÉQUENCE 3 & 4: COMPRENDRE ET CONNAÎTRE LES OUTILS ET TECHNOLOGIES EXISTANTS

- Les grandes tendances technologiques dans l'organisation d'événement.
- Qu'est ce qui fonctionne selon les marketeurs.
- Quelles solutions techniques mettre en œuvre à quelles étapes de l'événement.
- Les outils qui favorisent l'engagement.
- L'analyse post événement.
- Cas pratiques et évaluation des acquis.

DÉFINIR ET DÉPLOYER SA STRATÉGIE SUR INSTAGRAM

Note de satisfaction : 4.7/5

Note de satisfaction formateur : 4.6/5

DURÉE

2 jours

HORAIRES

De 09h00 à 13h00
et 14h30 à 17h30

TARIF PAR JOUR MAXIMUM 5 STAGIAIRES

1 250€ HT, soit 2500€ HT
pour 2 jours de formation en
présentiel intra-entreprise ou
distanciel synchrone

PUBLIC

Toute personne ayant en charge l'animation d'un compte instagram désireuse d'améliorer ses pratiques éditoriales et de bâtir une stratégie de contenus performante.

PRÉREQUIS

Aucun

OBJECTIFS

- Savoir positionner sa marque sur Instagram.
- Publier des contenus pertinents.
- Définir sa stratégie éditoriale.
- Définir ses objectifs et mesurer ses actions.
- Développer la visibilité de sa marque.
- Mise en pratique.

ORGANISATION MATÉRIELLE ET PÉDAGOGIQUE

Présentation générale du réseau social Instagram, de son mode de fonctionnement, des règles éditoriales et des leviers d'acquisition et de visibilité, des exercices pratiques illustrant le contenu pédagogique et les concepts abordés, partage et questions..

MODALITÉS D'ADAPTATION

Le programme est conçu sur-mesure, mais des adaptations sont toujours possibles en amont de la formation ou durant son déroulé si le formateur valide la pertinence de la demande.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'issue des ateliers de mise en pratique par le formateur et auto-évaluation par le stagiaire en fin de séquence.

SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation.

SUPPORT PÉDAGOGIQUE & SUIVI POST-FORMATION

Support de formation au format pdf – Exercices pratiques en ligne – Assistance téléphonique ou visio post formation.

SÉQUENCE 1 : POSITIONNER SA MARQUE SUR INSTAGRAM

- Comprendre le fonctionnement de l'algorithme d'Instagram.
- Comprendre les différences entre compte personnel, professionnel ou créateur.
- Choisir un positionnement selon ses objectifs.
- Concevoir un feed cohérent et homogène à travers les publications.
- Paramétrer son compte : bio, lien, arbre à lien,...
- Bien rédiger sa biographie, ses posts et identifier les hashtags utiles.

ATELIER : ANALYSE DU COMPTE EXISTANT - IDENTIFICATION DES POINTS D'AMÉLIORATION - MISE EN OEUVRE

SÉQUENCE 2 : PUBLIER DES CONTENUS PERTINENTS SUR INSTAGRAM

- Les différents formats : publications vidéo, images et carrousel, stories, réels.
- Quels formats privilégier pour une meilleure visibilité sur le réseau.
- Rédiger ses légendes : longueur, emojis, hashtags.
- Créer des visuels impactant avec des applications tierces.
- Mettre en place une stratégie de story efficace : outils, format, fréquence.
- S'appropriier les collections.

ATELIER PRATIQUE : ANALYSER LES PUBLICATIONS ACTUELLES ET DÉFINIR DES AXES DE PROGRÈS.

SÉQUENCE 3 : DÉFINIR SA STRATÉGIE ÉDITORIALE SUR INSTAGRAM

- Définir les objectifs de sa stratégie éditoriale.
- Analyser les pratiques de ses concurrents (benchmark).
- Créer le moodboard de sa future page Instagram.
- Déterminer une ligne éditoriale adaptée à sa cible : pourquoi publier ? quand publier ? quoi publier ?

ATELIERS PRATIQUES : ANALYSER LA CONCURRENCE ET CONSTRUIRE UN CALENDRIER ÉDITORIAL.

SÉQUENCE 4 : DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ

- **Les leviers pour augmenter son nombre d'abonnés :**

- Lancer un jeu ou un concours sur Instagram.
- Vendre ses produits sur Instagram (Instagram Shopping).
- Faire de la publicité ciblée avec les posts et stories sponsorisés.
- Mettre en place un partenariat avec des influenceurs.

- **Optimiser son temps grâce aux outils de programmation.**

ATELIERS PRATIQUES : SIMULER DES ACTIONS DE VISIBILITÉ EN COHÉRENCE AVEC LA STRATÉGIE DE MARQUE.

SÉQUENCE 5 : SE FIXER DES OBJECTIFS ET MESURER SES ACTIONS

- **Comprendre la notion de KPI et fixer des objectifs SMART.**

- **Connaître les différentes statistiques : like, share, portée, reach, impressions, RT, followers...**

- **Connaître les notions de ROE, ROA... propres au digital.**

- **Choisir et suivre ses indicateurs de performance.**

- **Suivre ses statistiques pour améliorer la performance de ses contenus et de ses publicités.**



ROSe