

MALLETTE DU DIRIGEANT 2018

« CARACTERISTIQUES PEDAGOGIQUES ET MOYENS UTILISES »

Programme :

Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison sur le web

COOP'ALPHA
Pôle Formation
3 rue Cantelaudette
33310 LORMONT
05 56 74 26 16 – 06 19 20 49 96
coopalpha.formations@gmail.com
www.coopalpha-formation.fr

1. Prestataire responsable de l'action

Sigle	
Raison sociale	COOP'ALPHA
N° déclaration d'activité	72330705833
Siret	482 371 481 00052
Code NAF	7022Z
Assujettissement à la TVA	<input type="checkbox"/> oui <input checked="" type="checkbox"/> non
Adresse	3 rue Cantelaudette
Code postal	33310
Ville	LORMONT
Téléphone	05 56 74 26 16
Téléphones portables	06 19 20 49 96 (Fabienne MUNIENTE) 06 22 36 13 97 (Geneviève DELPORTE)
Télécopie	05 56 06 81 69
Courriel	coopalpha.formations@gmail.com
Site web	http://www.coopalpha-formation.fr/ http://www.coopalpha.coop/
Nom et qualité du responsable	Karine LABAT-PAPIN, Gérante

Pour l'offre proposée AGEFICE

Responsable et référent des actions de l'AGEFICE	Fabienne MUNIENTE
téléphone	06 19 20 49 96
courriel	f.muniente@sfr.fr coopalpha.formations@gmail.com

Pour le module de formation 5

Formatrice et pilote de ce module	Gaëlle Sacarabany
Téléphone	06 62 21 12 27
Courriel	gaelle@bullesdeweb.fr
Formatrice	Geneviève Delporte
Téléphone	06 22 36 13 97
Courriel	genevieve.delporte@gmail.com
Formatrice	Sophie Raoult
Téléphone	06.61.82.26.22
Courriel	azimutcom33@gmail.com



2. Caractéristiques de l'action de formation

Volume d'heures par stagiaire : **28h en présentiel +1h30 en distanciel (soit 30 mn pendant pendant chaque intersession)**

Nombre de sessions par an : variable, en fonction des demandes

Lieux de réalisation :

Nouvelle Aquitaine :

Charente-Maritime - Dordogne – Gironde – Landes – Lot-et-Garonne – Pyrénées Atlantiques

Ile de France :

Seine-et-Marne

DOM :

Martinique

3. Mise en œuvre de l'action de la prestation et contenu pédagogique

Présentation générale

Travailler la présence en ligne de son entreprise est un enjeu majeur pour tout chef d'entreprise. Améliorer le référencement de son site web, gérer sa communauté en ligne, fidéliser ses client ou se faire connaître et créer du contenu ciblé ... toutes ces pratiques print et web s'inscrivent dans une stratégie de communication à définir. Basés sur des exemples et des résultats expliqués, ce module de formation aidera à comprendre les astuces et techniques pour mettre en place une stratégie de communication adaptée.

Public ciblé :

Cette formation s'adresse aux chefs d'entreprises, conjoint(e)s collaborateurs (trices)

Nombre minimum de stagiaires : 3

Nombre maximum de stagiaires : 8

Programme pédagogique de la formation

Durée journée 1 : 7 heures		
Thème principal de cette journée	Les fondamentaux de la communication	
Objectifs pédagogiques		
<ul style="list-style-type: none"> ● Connaître les fondamentaux de la communication ● Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée ● Rédiger pour mieux délivrer son message 		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<u>Séquence N° 01</u> Ouverture du stage	<ul style="list-style-type: none"> ● Présentation des participants et de l'intervenant ● Rappel des objectifs de la session ● Règles de la formation 	De 9h00 à 9h45 Durée : 0h45
<u>Séquence N° 02</u> Notions clés, les fondamentaux	Connaître le vocabulaire de la communication et les fondamentaux : <ul style="list-style-type: none"> ● Les différents types et objectifs de communication, la communication et le marketing, les notions clés pour une stratégie de communication efficace. 	De 9h15 à 9h45 Durée : 0h30
<u>Séquence N° 03</u> Communiquer sur le Print et le Web	<ul style="list-style-type: none"> ● Com Print et com web : focus sur l'évolution vers la digitalisation de la communication, les principaux outils web et réseaux sociaux pour les entreprises, l'e-réputation (développés en journée 3) 	De 9h45 à 10h30 Durée : 0h45
<u>Séquence N° 04</u> Définir sa stratégie	Apprendre à identifier sa ou ses problématiques de communication : <ul style="list-style-type: none"> ● Rapide diagnostic et aide à la rédaction de sa problématique spécifique. ● Définition de sa stratégie de communication : positionnement, objectifs, cibles, message... la stratégie à adopter pour son entreprise. 	De 10h30 à 11h15 Durée : 0h45
<u>Séquence N° 05</u> Rédiger son message textuel	Rédiger le bon message à destination de la bonne cible : Aide à la rédaction de sa "promesse de communication" (et ou du bénéfice consommateur), en tenant compte de ses objectifs et de ses cibles, quelques règles de la communication écrite, les spécificités de la rédaction Print et Web.	De 11h15 à 12h00 Durée : 0h45

<p><u>Séquence N° 06</u> Elaborer son message visuel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Notions clés du graphisme, le langage des couleurs, les différentes tonalités, la charte graphique, la chaîne graphique. • Message textuel, message visuel et contenus enrichis pour appareils mobiles. • La cohérence impérative entre le message textuel et le message visuel 	<p>De 12h00 à 12h30 Durée : 0h30</p>
Programme - Après-midi		
<p><u>Séquence N° 07</u> Relations presse et partenaires + prestataires.</p>	<p>Connaître les prestataires et animer son réseau de partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les relations publiques et relations presse : Entretien le lien avec l'actualité de son secteur et développer son réseau, identifier ses partenaires, le communiqué de presse. • Les différentes catégories de prestataires Print et Web : apprendre à identifier les prestataires techniques, artistiques, logistiques. Quelques notions de prix. 	<p>De 13h30 à 14h30 Durée : 1h00</p>
<p><u>Séquence N° 08</u> Les actions et supports</p>	<p>Connaître les actions de communication existantes et apprendre à choisir les plus adaptées à sa stratégie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intérêts et limites des différents supports et actions Print et Web dont l'infolettre (développée en journée 2).. Choisir les plus adaptés à sa stratégie de communication. 	<p>De 14h30 à 15h30 Durée : 1h00</p>
<p><u>Séquence N° 09 :</u> Budget et planning</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en oeuvre son plan d'action • Faire son budget et son planning. 	<p>De 15h30 à 16h00 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 10 :</u> Bilan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apprendre à faire un bilan • Mesurer l'efficacité de ses actions 	<p>De 16h00 à 16h30 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 11 :</u> Clôture de la 1ère journée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Court débriefing de la journée • Fixation des objectifs individuels de travail pour chacune des entreprises pour les travaux en inter-session • Prise des RDV 	<p>De 16h30 à 17h00 Durée : 0h30</p>

<p>Intersession entre J1 et J2</p>	<p>Appui à distance, entre les journées en présentiel J1 et J2. Possibilité de communiquer avec le formateur :</p> <ul style="list-style-type: none">- pour approfondir, échanger et avancer dans la réflexion et la mise en œuvre des travaux à mener relatifs aux objectifs délimités en fin de journée J1.- par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc	<p>0h30</p>
---	--	-------------

Durée journée 2 : 7 heures

Thème principal de cette journée

Concevoir votre infolettre (newsletter)

Objectifs pédagogiques

- concevoir ses premiers outils de communication

Programme - Matin

Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<u>Séquence N° 01</u> Ouverture de la 2ème journée	<ul style="list-style-type: none"> • Rappel des objectifs de la journée • Retour sur expérience 	De 9h00 à 9h45 Durée: 0h45
<u>Séquence N° 02</u> Comprendre la newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Positionner la newsletter dans la stratégie de communication • Connaître son coût • Structurer sa newsletter • Connaître et respecter la législation (CNIL,LCEN) 	De 9h45 à 10h15 Durée : 0h30
<u>Séquence N° 03</u> Concevoir et rédiger sa newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Construire son rubriquage • Structurer le contenu de sa newsletter : les règles de hiérarchisation et d'organisation de la newsletter • Connaître l'enjeu du haut du message • Choisir les messages clés à délivrer • Connaître les principales erreurs à éviter • Gérer les visuels, les couleurs et la typographie en tenant compte de la charte graphique de l'entreprise si elle existe ou bien définir une charte graphique 	De 10h15 à 11h00 Durée : 0h45
<u>Séquence N° 04</u> Valoriser la newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser la personnalisation • Ajouter des liens hypertextes • Illustrer avec des photos, des pictos ou des caractères spéciaux, et intégrer les contraintes d'affichage • Se renouveler sur la conception des objets d'une newsletter à l'autre • Veiller à la qualité de la mise en page et à l'ergonomie 	De 11h00 à 11h30 Durée : 0h30
<u>Séquence N° 05</u> Favoriser l'ouverture et les clics dans la newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Paramétrer un expéditeur pertinent qui inspire confiance • Rédiger un objet impactant qui donne envie d'ouvrir 	De 11h30 à 12h00 Durée : 0h30

	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser les bonnes règles de déclenchement de l'appel au clic sur les liens hypertextes, les visuels, le positionnement des accroches Optimiser le responsive design, la mise en page en fonction des différents formats de la newsletter : PC, tablette, mobile 	
<u>Séquence N° 06 :</u> Gérer la base de données contacts/destinataires	<ul style="list-style-type: none"> Constituer la base de données Veiller à la qualité de la base de données Connaître les formats de bases de données 	De 12h00 à 12h30 Durée : 0h30
Programme - Après-midi		
<u>Séquence N° 07</u> Repérer les solutions techniques et choisir la plus adaptée aux besoins	Connaître les différents outils : Publipostage avec les outils bureautiques Plateformes dédiées gratuites et payantes : <ul style="list-style-type: none"> Mailchimp Mailjet Sarbacane Sendinblue... Prestataires spécialisés aux plans local et national	De 13h30 à 14h30 Durée : 1h00
<u>Séquence N° 08</u> Construire son message et organiser l'envoi de sa newsletter	Mise en pratique à partir du projet de l'entreprise Etapas de la campagne : <ul style="list-style-type: none"> constituer et importer sa base de données concevoir la newsletter mettre en forme la maquette de la newsletter en respectant la charte graphique de l'entreprise 	De 14h30 à 15h30 Durée : 1h00
<u>Séquence N° 09</u> Optimiser le déroulement de l'envoi, savoir gérer les phases de tests	Respecter les principales étapes de la diffusion d'une newsletter : <ul style="list-style-type: none"> La gestion du Bon à Tirer (BAT) La phase de test de la newsletter Le travail sur les plans de test : objet, message, heure et jour,... 	De 15h30 à 16h00 Durée : 0h30
<u>Séquence N° 10 :</u> Optimiser l'envoi et mesurer la délivrabilité	<ul style="list-style-type: none"> Mesurer le résultat de l'envoi, les indicateurs: délivrabilité (filtres anti-spam), bounced, taux d'ouverture, taux de clic... Identifier les erreurs à éviter Exploiter les résultats Améliorer la maquette pour les prochains envois 	De 16h00 à 16h30 Durée : 0h30
<u>Séquence N° 11 :</u> Clôture de la 2ème journée	<ul style="list-style-type: none"> Court débriefing de la journée Fixation des objectifs individuels de travail pour chacune des entreprises pour les travaux en inter-session Prise de RDV 	De 16h30 à 17h00 Durée : 0h30

<p>Intersession entre J2 et J3</p>	<p>Appui à distance, entre les journées en présentiel J2 et J3. Possibilité de communiquer avec le formateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - pour approfondir, échanger et avancer dans la réflexion et la mise en œuvre des travaux à mener relatifs aux objectifs délimités en fin de journée J2. - par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc 	<p>0h30</p>
---	---	-------------

Durée journée 3 : 7 heures		
Thème principal de cette journée	Réseaux sociaux	
<p>Objectifs pédagogiques</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Appréhender les réseaux sociaux ● Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux ● Connaître les spécificités de communication inhérentes aux réseaux sociaux, notamment les principes de viralité et de personnification ● Découvrir le top 10 des réseaux sociaux ● Identifier les plus utilisés dans le monde professionnel ● Faire le choix de ses réseaux sociaux et créer son compte entreprise ● Savoir animer et administrer son compte ● Connaître les bonnes pratiques d'animation du compte (profil, recommandations, mise en relation) ● Savoir analyser les statistiques 		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<p><u>Séquence N° 01</u> Ouverture de la 3ème journée</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Rappel des objectifs de la journée ● Retour sur expérience 	<p>De 9h00 à 9h45</p> <p>Durée: 0h45</p>

<p><u>Séquence N° 02</u> Découvrir les réseaux sociaux</p>	<p>Comprendre ce que sont les spécificités de la communication sur les réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> ● principe de viralité ● recommandation sociale ● création de communauté ● mise en relation ● maîtrise des réseaux sociaux 	<p>De 9h45 à 10h15 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 03</u> Comprendre la spécificité de chaque plateforme sociale</p>	<p>Connaître les réseaux sociaux les plus utilisés et leurs spécificités</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Facebook, le plus populaire, le couteau suisse ● Youtube, les vidéos ● Instagram/Pinterest, la photo ● Twitter, le sémantique, ● Viadeo/LinkedIn, les professionnels ● Snapchat, l'éphémère... 	<p>De 10h15 à 10h45 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 04</u> Savoir se mettre en scène sur les réseaux sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Trouver sa valeur ajoutée ● Construire sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux ● Définir sa charte graphique numérique ● Rédiger sa ligne éditoriale ● Définir : Existant / Besoin(s) / Valeur(s) / Cible(s) 	<p>De 10h45 à 11h15 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 05</u> Atelier pratique : créer et paramétrer son compte réseau social / sa page d'entreprise</p>	<p>En fonction de son projet professionnel et d'entreprise, chaque stagiaire choisira son réseau social.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Bien choisir son type de réseau social ● Bien renseigner son identité ● Paramétrer correctement son compte ● Faire sa 1ère publication 	<p>De 11h15 à 12h30 Durée : 1h15</p>
Programme - Après-midi		
<p><u>Séquence N° 06</u> Administrer et animer sa page / son compte</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Maîtriser les contenus et leur fréquence ● Gérer ses posts ● Choisir sa sémantique ● Maîtriser les images ● Maîtriser la vidéo ● Interagir avec sa communauté en fonction de la plate-forme sociale ● Développer son réseau 	<p>De 13h30 à 14h30 Durée : 1h00</p>
<p><u>Séquence N° 07</u> La veille</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Connaître les outils de veille ● Savoir intégrer le résultat de sa veille 	<p>De 14h30 à 15h00 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 08</u> Atelier pratique : publier – bonnes pratiques et usages contrôlés</p>	<p>Pratiquer</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Réaliser un post graphique, Instagram ● Poster une vidéo, Youtube ● Créer un événement, Facebook ● Tweeter, maîtriser les 280 caractères ● LinkedIn et l'efficacité des réseaux professionnels 	<p>De 15h00 à 16h00 Durée : 1h00</p>

<p>Séquence N° 09</p> <p>Savoir analyser ses statistiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> Où les trouver ? Savoir les interpréter Savoir les exploiter 	<p>De 16h00 à 16h30</p> <p>Durée : 0h30</p>
<p>Séquence N° 10 :</p> <p>Clôture de la 3ème journée</p>	<ul style="list-style-type: none"> Court débriefing de la journée Fixation des objectifs individuels de travail pour chacune des entreprises pour les travaux en inter-session 	<p>De 16h30 à 17h00</p> <p>Durée : 0h30</p>

<p>Intersession entre J3 et J4</p>	<p>Appui à distance, entre les journées en présentiel J3 et J4.</p> <p>Possibilité de communiquer avec le formateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> pour approfondir, échanger et avancer dans la réflexion et la mise en œuvre des travaux à mener relatifs aux objectifs délimités en fin de journée J3. par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc 	<p>0h30</p>
---	--	-------------

Durée journée 4 : 7 heures		
Thème principal de cette journée	Référencement internet et e-réputation	
<p>Objectifs pédagogiques</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprendre les différents types de référencement Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation 		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<p>Séquence N° 01</p> <p>Ouverture de la 4ème journée</p>	<ul style="list-style-type: none"> Rappel des objectifs de la journée Retour sur expérience 	<p>De 9h00 à 9h30</p> <p>Durée: 0h30</p>

<p><u>Séquence N° 02</u> Acquérir le lexique du référencement et de la E-réputation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilité & E-Réputation • Identité numérique • Personal-Pro Branding • Référencement vs E-Réputation 	<p>09h30 à 10h00 Durée : 0h30 pause : 15 minutes</p>
<p><u>Séquence N° 03</u> Comprendre le référencement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherches et les pénalités Google ? • Connaître les fondamentaux pour se référencer (moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs) • Maîtriser les notions d'indexation /référencement/ positionnement • Différencier le référencement naturel (SEO) référencement payant (SEA) vs référencement social média (SMO) 	<p>De 10h15 à 10h45 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 04</u> Optimiser son contenu par référencement naturel (SEO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser son contenu (balise,Url, liens, ancres, arborescence) • Valoriser le contenu avec des images, des vidéos et des sons • Comprendre et choisir les mots clefs • Gérer la modération, les commentaires, les annonces... • Maîtriser le lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...) 	<p>De 10h45 à 11h35 Durée : 0h50</p>
<p><u>Séquence N° 05</u> Gérer une campagne de référencement payant (SEA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les leviers d'acquisition de trafic via les Réseaux Sociaux • Gérer des campagnes via Google Adwords 	<p>De 11h35 à 12h30 Durée : 0h55</p>
Programme - Après-midi		
<p><u>Séquence N° 06</u> Identifier les outils de la présence sur Internet</p>	<p>Faire un panorama de la présence web :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les réseaux sociaux • les moteurs de recherche • les réseaux de contenu • les sites, blogs et e-magazines • les wiki et espaces collaboratifs • les médias sociaux de partage de contenus 	<p>De 13h30 à 14h00 Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 07 :</u> Comprendre les enjeux de la présence en ligne</p>	<p>Distinguer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les enjeux pour l'entrepreneur • Les enjeux pour l'entreprise, la marque, le produit ou service • Vie privée vs Vie Professionnelle vs E-Réputation • Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression 	<p>De 14h00 à 14h45 Durée : 0h45</p>

<p><u>Séquence N° 08 :</u> Organiser sa veille</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser sa veille • Valoriser sa veille concurrentielle et veille sectorielle 	<p>De 14h45 à 15h15 Durée : 0h30 pause 15 minutes</p>
<p><u>Séquence N° 09 :</u> Connaître le contexte juridique de la présence en ligne</p>	<p>Connaître les obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur)</p> <p>Passer en revue le contexte juridique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Droit de l'internet • Droit des personnes • Propriété intellectuelle • Protection des données • Droit de la concurrence • Droit de la Presse 	<p>De 15h30 à 16h10 Durée : 0h40</p>
<p><u>Séquence N° 10 :</u> Gérer une situation de crise en ligne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser la situation de crise • Assimiler les bonnes pratiques. 	<p>De 16h10 à 16h30 Durée : 0h20</p>
<p><u>Séquence N° 11 :</u> Clôture de la 4ème journée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Débriefing sur les 4 jours de formation • Evaluation de la formation • Evaluation du besoin d'accompagnement à distance post formation si nécessaire, selon étude des besoins / programme adapté à la charge du stagiaire 	<p>De 16h30 à 17h00 Durée : 0h30</p>

Formation collective / Accompagnement individuel

Le module se décline en :

4 jours de formation en présentiel non continues, soit 28 heures par stagiaire avec un minimum de 7 jours entre chaque journée et 21 jours maximum,

soit :

- J1 + 7 jours minimum ou 21 jours maximum = J2
- J2 + 7 jours minimum ou 21 jours maximum = J3
- J3 + 7 jours minimum ou 21 jours maximum = J4

J1 / J2 / J3 / J4 : Présence de tous les participants sur 1 journée de 9h00-12h30 et 13h30-17h00 ou de 14h00 à 18h00 - 18h30-21h30 dans le but d'adapter les horaires aux contraintes professionnelles des stagiaires

- Matin : apports théoriques - méthodologie
- Après-midi : mise en situation - cas pratique individualisé adapté au contexte de l'entreprise de chaque participant avec un accompagnement individuel du formateur sur chaque cas individuel et sur les travaux menés pendant l'intersession.
(proposition : Confidentialité des infos ou échanges de pratique avec l'ensemble selon la décision individuelle de chacun des participants)

J1 / J2 / J3 : Fin de chaque journée \Rightarrow ½ heure pour fixer des objectifs individuels de travail pour chacune des entreprises pour les travaux en inter-session.

J2 / J3 / J4 : Début de journée \Rightarrow ¾ heure de retour sur expérience en collectif.

Equivalent d'1h30 à distance par stagiaire en inter-session

En inter-session, possibilité de communiquer avec le formateur sur la base de 30 mn en moyenne par stagiaire, par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc...

Objectifs des accompagnements individuels :

- Aider les participants dans la mise en application des méthodologies et techniques appliquées aux besoins du chef d'entreprise par rapport à la thématique.
- Renforcer l'accompagnement et approfondir la personnalisation des conseils par une prise en compte des spécificités relatives à chaque entrepreneur et à son environnement.

Fin de formation :

Evaluation du besoin d'accompagnement à distance post formation si besoin, selon étude Besoins / programme adapté, à la charge du stagiaire.

Evaluation de la formation		
Modalités	Dates	Moyens
Questionnaire de satisfaction et d'auto-évaluation à chaud sur les acquis de la formation	A la fin de la 4ème journée de formation	Document papier
Questionnaire d'évaluation des compétences à froid	2 mois après la formation	Par Mail

Les plus de la formation :

Cette formation se veut "pratico-pratique". Le stagiaire est actif et se forme « en faisant »
Chaque séquence sera illustrée de cas et d'échanges de pratiques, afin de favoriser l'appropriation et la consolidation des acquis.

Méthodes pédagogiques

- Alternance de contenus théoriques et cas pratiques
- Exercices pratiques : création d'une infolettre et mise en œuvre de sa diffusion de A à Z
- Interaction situationnelle entre les stagiaires

Matériel pédagogique

En présentiel :

- un vidéo-projecteur
- ordinateurs portables
- un paper board
- un tableau blanc

RDV individuels en distanciel :

- Accompagnement par échange de mail, par téléphone, par Skype ou tout autre outil de visioconférence (possibilité d'accompagnement pour l'installation de Skype sur le poste du stagiaire si nécessaire)
- Mise en ligne de documentation sur l'interface Google drive
- Travail collaboratif sur l'interface Google drive

Support(s) fourni(s)

- Support pédagogique
- Exemples de support organisationnels (planning éditorial...)
- E-books et fiches social médias remis en version numérique
- Références des ressources documentaires
- Mise en ligne de documentation sur l'interface Google drive

Critères de sélection du public

- Accepter de s'impliquer activement dans la formation
- Accepter l'échange de pratiques et le travail collectif avec les autres participants et le formateur

Pré-requis

- Pratique courante d'internet
- De préférence un projet défini en lien avec le module
- Un questionnaire d'évaluation des attentes et besoins sera adressé au stagiaire 15 jours avant le démarrage de la formation afin d'adapter le contenu par des exemples et des cas pratiques répondant aux attentes et besoins des stagiaires.

4. Objectifs attendus de l'action, critère d'évaluation de l'action et modalités de suivi des stagiaires

- Un questionnaire sur les attentes, les besoins de la formation et le projet de l'entreprise en lien avec le module sera envoyé en amont de la formation
- Un tour de table sera réalisé avec les stagiaires sur les apports de la formation en fin de journée.
- Un suivi de la mise en application sera effectué via Google Drive
- Un questionnaire de satisfaction et d'évaluation produit par Coop'Alpha sera rempli par les stagiaires à l'issue de la formation-action
- Une attestation de suivi de la formation sera remise aux stagiaires à la fin de la formation.

5. Lieux et dates de réalisation :

Les dates sont programmées sur la base d'1 session par an et par département. Elles pourront être révisées en concertation avec l'AGEFICE, en fonction des besoins recensés, tant sur le plan des dates suggérées que sur le plan du nombre de sessions (à minima 30 jours avant le démarrage).

Région	Départements	Lieux et adresses	Dates
Nouvelle Aquitaine	Charente Maritime	WORKINGSHARE LA ROCHELLE 15 rue Alfred Kastler - Village informatique - 17000 LA ROCHELLE	07/09/2018 14/09/2018 21/09/2018 28/09/2018
	Dordogne	COOP'ALPHA 77 rue Alphée Maziéras - 24000 PERIGUEUX	31/05/2018 21/06/2018 05/07/2018 12/07/2018
	Gironde	COOP'ALPHA 3 rue Canteaudette - 33310 LORMONT ou LA GIRAFE 20 Place Saint-Martial – 33000 BORDEAUX	26/04/2018 03/05/2018 24/05/2018 07/06/2018

	Landes	LA FABRIK 236 av. de Canenx - 40000 MONT DE MARSAN ou TIERS LIEUX DE GASCOGNE 910, av. corisande - 40700 HAGETMAU	13/09/2018 04/10/2018 18/10/2018 08/11/2018
	Lot-et-Garonne	LA FONTAINE 2 rue Emile Sentini – 47000 AGEN ou GAROLAB 14, Place du Marché – 47200 MARMANDE	11/09/2018 25/09/2018 09/10/2018 06/11/2018
	Pyrénées -Atlantiques	FABLAB PAU 18 rue Latapie – 64000 PAU ou LA COCOTTE – COWORKING 15 Place Paul Bert – 64 100 BAYONNE	02/06/2018 09/06/2018 16/06/2018 29/06/2018
Ile de France	Seine-et-Marne	PEPINIERE LE SEXTANT 462, rue Benjamin Delessert , 77550 MOISSY-CRAMAYEL ou HCENTER 11 rue Benjamin Franklin, 77000 LA ROCHETTE	15/05/2018 29/05/2018 19/06/2018 10/07/2018
DOM Martinique	Martinique	Bebooster 12 rue des Arts et Métiers Zone Franche de Dillon 97200 Le Fort-De-France OU Médiathèque municipale 2 Avenue Casimir Branlidor, 97220 La Trinité	17/12/2018 18/12/2018 19/12/2018 20/12/2018

6. Antériorité acquise dans la formation et l'accompagnement des dirigeants d'entreprise

Geneviève Delporte

Formatrice et consultante au sein de Coop'Alpha Formation depuis 4 ans, je dispense des formations-actions à la stratégie de communication multicanale et aux usages numériques adaptés à l'environnement de l'entreprise accompagnée.

Conjointe d'un gérant de boulangeries, je suis familiarisée avec les problématiques et la réalité des TPE et PME pour bâtir et animer des formations qui ont du sens et parlent aux stagiaires. Entrepreneur salariée au sein de Coop'alpha, société coopérative d'activité et d'emploi, je côtoie régulièrement des entrepreneurs du secteur artisanal et de la petite entreprise.

Mes clients sont principalement des artisans, commerçants, TPE, PME, viticulteurs, associations, collectivités territoriales, ce qui m'a permis d'acquérir une connaissance privilégiée de leurs pratiques et de leurs besoins en communication globale et en communication numérique en particulier.

Depuis 2014, j'effectue des missions de formations, accompagnements, actions aux usages numériques. J'ai remporté en particulier des appels d'offre pour les Chambres de Métiers et de l'artisanat du Lot-et-Garonne et de la Dordogne notamment sur les thèmes "Campagnes d'emailing et communication par Facebook.

Mes points forts

- Excellente connaissance du monde de l'entreprise
- Prise en considération du milieu et de l'environnement de l'entreprise
- Adéquation de l'offre de formation à la culture de l'entreprise accompagnée
- Horaires et jours de formation modulables en fonction des contraintes professionnelles des stagiaires
- Formations/actions avec ateliers pratiques réalisés sur mesure en fonction des activités des entreprises des stagiaires
- Apport d'informations au-delà de la consultation par des conseils en fonction des questions et des attentes des stagiaires

Gaëlle Sacarabany

Formatrice, ancienne auto-entrepreneuse, aujourd'hui entrepreneuse-salariée au sein de Coop'Alpha, j'ai une bonne connaissance du monde de l'entreprise. Je manage la réputation numérique de mes clients. Parmi ces derniers, des professionnels de métiers de bouche, des associations, des chefs d'entreprises évoluant dans des PME/TPE. Je les accompagne dans leur transformation digitale. Je les forme et les conseille dans leur stratégie de communication digitale, je produis leur contenu éditorial, j'améliore leur stratégie de référencement naturel et je les coache dans l'usage de leurs médias sociaux afin qu'ils optimisent leur présence sur la toile.

Mes points forts

- Auteure de blogs culturels et de culture geek
- Influenceur en social fooding
- Passionnée de webmarketing, elle se forme en continu sur les expertises web
- Formations-action animées depuis 2017 au sein des chambres des métiers (Dordogne et Vienne)
- Pratiques pédagogiques bienveillantes et contenus adaptés aux stagiaires

Sophie Raoult

Je suis moi même travailleuse indépendante depuis plus de 10 ans : successivement gérante de SARL, auto-entrepreneuse, et aujourd'hui entrepreneuse salariée de la coopérative Coop Alpha, je connais bien les difficultés, contraintes et attentes et besoins des travailleurs indépendants.

Forte de cette expérience et de mon expertise en stratégie de communication et en pilotage de projets, j'ai régulièrement orienté mes actions professionnelles vers la formation (6 franchises Youpi Parc, formation interne pour groupe Ouvêo, Quantel Médical), et l'animation d'ateliers et de conférences en direction des commerçants, artisans, et chef d'entreprise : TPE et PME ("PraTIC numériques" à destination des travailleurs indépendants en partenariat avec la CCI et la chambre des métiers et de l'artisanat).

De plus de part mon activité d'enseignante, je suis sensibilisée et familiarisée aux méthodes pédagogiques.

Mes points forts

- expérience de formation de travailleurs indépendants
- à l'aise avec la prise de parole en public
- familiarisation avec les méthodes pédagogiques
- adaptabilité au niveau d'exigence des différents types de public.
- bonne connaissance de l'ensemble des aspects de la culture de la communication : stratégie de communication, marketing, communication digitale, d'image et notoriété, interne, d'entreprise, événementielle.

7. Moyens mobilisés

Moyens humains

	2017	2016	2015
Total Effectif salariés ETP	67.46	55	50
Effectif salariés Encadrement	5	5	5

Encadrement

Fonction Personnel d'Encadrement	Nom et Prénom	Diplôme	Expériences Professionnelles
Gérante de la coopérative et Responsable Parcours de Professionnalisation	LABAT – PAPIN Karine	D.E.S.S en Psychologie du travail	Plus 10 ans de Formation pour Adultes.
Directrice études et développement	DAUBIGEON Marie-Josée	D.E.S.S. Stratégie et Ingénierie de Formation pour Adultes	plus de 10 ans de gestion PME PMI plus 10 ans de formation pour Adultes.
Directeur Administratif et Financier	PUISSET Yannick	Sup de Co Bordeaux + DECF	Près de 20 ans de Gestion Grand Groupes et PME .
Accompagnateur en création d'entreprise	PAIN Guillaume	Master II d'analyse socio-économique des industries à l'Université Montesquieu de Bordeaux	Plus de 5 ans d'expérience dans l'accompagnement des TPE
Accompagnatrice en création d'entreprise	MAHOUDO Mélanie	Master ESC Rennes	3 ans dans l'accompagnement à la création d'entreprise

Moyens techniques

Depuis décembre 2017, nous avons emménagé dans de nouveaux locaux, refaits à neuf, très fonctionnels et idéalement équipés pour l'animation de formation avec espace de restauration sur place, des salles de formation confortables et lumineuses, comportant notamment vidéoprojecteur, tableau, wifi, mobilier neuf...

Quantité	Type de matériel
6	PC en réseau + accès internet, connexion ADSL
2	PC en réseau pour le centre de ressources, connexion ADSL
10	Ordinateurs portables
3	Tél. portables
1	Photocopieur imprimante scan couleurs et Fax
2	Imprimantes couleur
1	Imprimante Noir et Blanc
2	Vidéo-projecteur
1	Fax imprimante
2	Serveurs
1	Licence logiciel de Comptabilité Sage
	Logiciels : suite bureautique open office
1	Standard téléphonique + 6 postes téléphoniques
2	Extincteurs
1	Salle de réunion/formation équipée (tableau blanc, Paper Board), capacité de 15 personnes, superficie 35 m2
5	Bureaux individuels de 16 m2
1	Bureau de Direction de 20 m2
1 centre de ressources	Salle 15 m ² équipée de deux postes informatiques de mise en ligne du centre de ressource à distance via le site internet de Coop'alpha
	Total superficie : 320 m2

Data-Dock et les principaux engagements des formateurs de Coop'Alpha

Coop'Alpha dispose d'un numéro d'organisme de formation : 72330705833.

L'organisme de formation Coop'Alpha est référencé sur le Data Dock.

Dans la dynamique de Data-Dock, nous avons entamé une démarche qualité.

Nous nous engageons à proposer des formations :

- adaptées aux besoins de nos stagiaires
- organisées à proximité des entreprises des stagiaires
- tenant compte des contraintes de disponibilité

Communication sur le dispositif

Nous nous structurons chaque année un peu plus afin de communiquer encore mieux sur ce dispositif particulier de formation/action.

Cette année 2018, nous informerons, sensibiliserons et proposerons le dispositif :

- auprès des jeunes dirigeants, des auto-entrepreneurs et micro-entrepreneurs
- mais aussi des autres dirigeants

en organisant des réunions d'informations et des petits-déjeuners chez nous et sur site :

- dans les clubs d'entreprises et les BNI
- auprès des associations de commerçants
- dans les espaces de co-working, en partenariat avec la coopérative des Tiers-Lieux
- auprès de fondations de dirigeants d'entreprises telles que la fondation entreprises et solidarité et la fondation des CPA
- auprès des plateformes locales du réseau France Initiatives et des plateformes régionales du Réseau entreprendre.
- auprès du Medef.

Nous diffuserons un flyer et communiquerons par ailleurs sur nos supports de communication numérique : sites internet et réseaux sociaux.

Présentation de l'équipe pédagogique

Gérante et responsable pédagogique : Karine Labat-Papin

Domaine d'intervention	Expérience prof dans le domaine d'intervention	Diplôme obtenu et /ou autre qualif.prof
Son expérience dans l'ingénierie de formation, la formation de formateurs et l'animation d'actions de formation collectives lui permet de transmettre sa connaissance et son savoir-faire à l'équipe pédagogique, et d'être garante de la qualité des prestations rendues	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable professionnalisation et formation à Coop'alpha, formateur de formateurs, ingénierie de formation - Psychologue du travail au Centre d'orientation professionnel de l'Afpa Aquitaine : bilans professionnels , bilan de de compétences, accompagnement VAE, suivi psycho-pédagogique des stagiaires en formation - Chargée de projet en ingénierie de compétences et de formation à Agrisud International, Organisation de solidarité internationale spécialisée dans la création d'entreprise agricoles et agro-alimentaires (200collaborateurs). Appui d'expertise Alain Rieunier, psychopédagogue. 	<p>DESS en psychologie du travail et ergonomie des systèmes (Diplôme d'Enseignement Supérieur Spécialisé) en 1996</p> <p>CAFOC (Centre Académique de Formation Continue) .</p> <p>Suivi de la Formation complète de formateur, responsable pédagogique.2004-2005.</p>

Directrice études et développement : Marie-Josée Daubigeon

Domaine d'intervention	Expérience prof dans le domaine d'intervention	Diplôme obtenu et /ou autre qualif.prof
Son expérience dans la Direction d'une coopérative d'entrepreneurs et de formation, dans l'ingénierie de professionnalisation et la formation lui permet d'être garante de la qualité des prestations rendues et le respect du cadre réglementaire	<p>Formatrice en marketing, action commerciales, stratégies d'entreprise.</p> <p>Coop'Alpha Responsable Formation.</p> <p>Gers Initiative, Formatrice en Marketing, commerce international, management de la FDV</p> <p>Etablissements privés, sous contrat et consulaires</p> <p>ESARC /CEFIRE – 33700</p> <p>MERIGNAC</p> <p>GIC/FO – ISSB – ICFA –</p> <p>CCI de BORDEAUX – 33000</p>	<p>D.E.S.S. Stratégie et Ingénierie de la formation d'adultes. Université François Rabelais –TOURS</p> <p>Formation de « Formateur – Responsable Pédagogique » CAFOC de Bordeaux</p>

Equipe de 3 formatrices pour ce module



Gaëlle Sacarabany
gaelle@bullesdeweb.fr
06 62 21 12 27

Consultante-formatrice en webmarketing & communication digitale

8 ans d'expérience professionnelle en marketing digital
2 ans en tant que formatrice et consultante

Domaines de compétences

- Formation/web-coaching aux usages des médias sociaux en adéquation avec l'environnement professionnel du stagiaire
- Formation et accompagnement en élaboration et mise en place de stratégies de contenus web, référencement web (SEO)
- Mesure et analyse de l'audience et interactions des actions liées aux médias sociaux
- Rédaction-conception de contenus web

Les expériences dans le domaine de la réponse

- **2018 : Accompagnement en communication- E-réputation pour le compte du cabinet DGD**
Accompagnement-action : Stratégie communication globale de Maître Chambord
Social media manager des compte LinkedIn et Twitter
1 avocat/ docteur en droit de l'urbanisme et aménagement du territoire
- **2018 : Accompagnement éditorial pour le compte de Akaratravels.com**
Accompagnement-action : Stratégie éditoriale du blog d'entreprise akaratravels.com + rédaction web optimisée pour le SEO
2 articles / mois
1 chef d'entreprise
- **2017 : Formation pour le compte de GAN ASSURANCES**
Formation/action : "Animer son site web JIMDO et optimiser son contenu éditorial"
3 jours / 21 heures
1 stagiaire salariée, une responsable des ressources humaines

- **2017 : Entretiens-conseil pour le compte de CAP ASSO**
Entretiens-conseils : “comprendre le référencement naturel et le référencement payant”
Intervention de 2h - dans le cadre de la bourse aux experts pour la transition digitale des associations
1 entretien-conseil, salarié d'association
- **2017 : Accompagnement éditorial pour le compte de mandala.fr**
Accompagnement-conseil “Comprendre le référencement naturel et écrire pour le web”
21 heures/ sur 2 mois
1 porteur de projet , doctorante en marketing culinaire
- **2017 : Accompagnement éditorial pour le compte de Akaratravels.com**
Accompagnement-action : Stratégie éditoriale du site akaratravels.com + optimisation de l'arborescence du site+ rédaction web optimisée pour le SEO mobile
2 mois / 80 heures
1 chef d'entreprise
- **2017 : Atelier pour le compte du Collectif un blog, un apéro**
Atelier- conseil : “Optimiser le référencement naturel de son blog”
1 jour / 3h
15 blogueurs
- **2016 : Accompagnement éditorial pour le compte de Bordeaux Métropole**
Accompagnement-action : Stratégie éditoriale de l'application mobile v1 de Bordeaux en poche
1 mois / 140 heures
- **2016 : Accompagnement éditorial + SEO pour le compte de la Ville de Bordeaux**
Accompagnement-action : Stratégie éditoriale et référencement naturel des contenus vidéos de la web tv de la Ville de Bordeaux dans le cadre d'une migration sur la plateforme Dailymotion
1 semaine / 35 heures
- **2016 : Rédaction-conception optimisée SEO pour le compte de Goeuro.com**
Rédaction web : Rédiger un dossier concernant la street food à Bordeaux en 2016
1 jour / 7h
Un e-magazine touristique allemand
- **2016 : Atelier pour le compte de Mysaveurtv.com**
Atelier-conseils “s'approprier Youtube en tant qu'influenceur”
4 ½ journées + référencement SEO de vidéos Youtube
2 stagiaires, 1 meilleur ouvrier de France Boulanger-pâtissier et un chef pâtissier

Références professionnelles

- **Depuis 2016 Coop'alpha/Bulles de web - Lormont**
Consultante • formatrice en communication digitale/ Rédactrice web / Consultante en marketing culinaire
- **Depuis 2014 : Auteure, blogueuse du webzine monbonheurgourmand.com**



Rédactrice en chef • Référencier • Community manager • Chargée d'e-influence
Consultante en marketing culinaire

Et avant

Chargée de webmarketing d'un réseau des professionnels de la formation professionnelle et continue
/ Agence Erasmus+

Chargée de communication / Agence de l'énergie et du Climat

Chargée de marketing et communication d'ateliers de loisirs créatifs / Cultura

Chargée de marketing événementiel / Agence Intervalles

Chargée de webmarketing et e-communication / Signes Extérieurs

Formation

- 2017 : Mooc : Ecrire pour le web - L'obs Rue 89 -
- 2017 : Formation de formateur - Ingénierie de la formation - niveau 2 - Aquitaine Cap Métiers
- 2017 : Formation de formateur - Ingénierie de la formation - niveau 1 - Aquitaine Cap Métiers
- 2017 : Certification OPQUAST
- 2013 : Master 2 Marketing et stratégies d'entreprise



Geneviève DELPORTE

genevieve.delporte@gmail.com

06 22 36 13 97

Accompagnement formation action aux usages numériques et à la communication multicanale

20 ans d'expérience professionnelle en communication multicanale

4 ans en tant que formatrice et consultante

Domaines de compétences

- Formation/actions aux usages du numérique adaptés à l'environnement professionnel du stagiaire (notamment les outils numériques de travail collaboratif, les réseaux sociaux, les campagnes d'emailing)
- Formation et accompagnement en élaboration et mise en oeuvre de stratégies et plans de communication multicanale
- Pilotage de la conception de logos, chartes graphiques, identités visuelles
- Conseil et transfert de savoir-faire
- Coordination de projets

Les expériences dans le domaine de la réponse

- **2015 - 2018 : Chambre des Métiers et de l'Artisanat 47**
Formation/action : "NTIC web 2.0 : modules usage des réseaux sociaux et emailing"
6 à 8 jours par an - 4 à 8 stagiaires
+ accompagnement à distance
- **2016 : Chambre des Métiers et de l'Artisanat 24**
Formation/action : "Comprendre et pratiquer les réseaux sociaux"
4 à 6 jours par an - 7 à 8 stagiaires
+ accompagnement à distance
- **2016 - 2018 : Aquitaine Cap métiers**
Formation/action : "Initiation à la culture numérique"
3 jours par an - 7 stagiaires conseillers en emploi - en particulier sur les réseaux sociaux
+ appui personnalisé à distance
- **2016 : Le Chantiers Tramasset**
Formation/action : "Construire sa campagne d'emailing"
choix de sendinblue
2 jours - 2 stagiaires
+ appui personnalisé à distance

- **2015 : Chambre des Métiers et de l'Artisanat 17**
Formation : “La communication : comment s’y prendre avec les outils du numérique”
2 jours - 7 stagiaires
- **2016 : Réseau Aquitain pour le développement et la solidarité internationale (Radsil) - Bordeaux**
Formation/action : “Les réseaux sociaux, un outil de mobilisation citoyenne ?”
2 jours - 8 stagiaires
- **2016 : Syndicat mixte intercommunal de collecte et de valorisation du Libournais (Smicval)**
Formation/action : “Maîtriser facebook dans le cadre de l’opération Zéro déchet Zéro Gaspillage”
2 jours - 4 stagiaires
+ accompagnement à distance

Parcours professionnel

- **Depuis septembre 2013 Coop'alpha - Lormont**

Consultante • formatrice et chef de projet

- **2005 – 2012 – responsable communication et information – Ville de Savigny-le-Temple**

Formation interne à l’usage des réseaux sociaux, déploiement et animations

Formation interne à l’utilisation d’outils numériques collaboratifs et mise en oeuvre

- **et aussi**

2003 – 2005 Chargée de mission relations publiques / Agence française de Développement

2001 – 2003 Responsable communication et information / ville de Moissy-Cramayel

1998 – 2000 Coordinatrice de la fête nationale de la Vigne et du Vin

1990 – 1998 Chargée de communication / Caves de Rauzan

Formation tout au long de la vie et certification

- Formation continue aux TIC et outils numériques
- Ingénierie pédagogique - techniques d’animation : 4 jours auprès du Cafoc Bordeaux en 2017
- Ingénierie de formation niveaux 1 et 2 : 7 jours auprès du Cafoc Bordeaux en 2016
- Certifiée Opquast bonnes pratiques de la qualité web – examen 2016 niveau 555
- Master assurance qualité de Bordeaux – Option audit et communication interne
- Ingénieur en Agriculture (Esitpa – École de l’Apc – le Vaudreuil – 27)



Sophie Raoult - AZimut Communication
azimutcom33@gmail.com
06.61.82.26.22

Conseil en stratégie de communication d'entreprise Enseignante - Formatrice

Domaines de compétences

Audit : analyse et bilan diagnostic de l'entreprise et de son environnement afin de mettre en lumière la ou les problématiques de communication.

Conseil en stratégie de communication interne / externe : Élaboration de cahier de recommandations/préconisations.

Définition et mise en place du plan d'action média et hors média, Print et Web : du choix des supports à l'élaboration du message jusqu'à la budgétisation et au planning.

Accompagnement et suivi du plan de communication.

Analyse des retombées, bilan, mesures d'efficacité.

Relations publiques, relations presse.

Développement des partenariats.

Coordination générale.

Pilotage de projets événementiels.

Enseignement de Bac + 1 à Bac +3

Les expériences dans le domaine de la réponse

- Gérante agence **AZIMUT Événement** de 2007 à 2012 : Conseil en stratégie de communication d'entreprise, pilotage de projets événementiels (plus de 20 entreprises accompagnées entre 2007 et aujourd'hui).
- Audit et enquête marketing **secteur BTP** en 2013.
- Accompagnement de la stratégie de communication et accompagnement du plan de communication du **groupe Ouvêo Menuiserie** de 2012 à 2014
- "PraTIC numériques" : Organisation de conférences et ateliers sur les modes de communication numériques à destination des **travailleurs indépendants**, avec le Tiers Lieu **Arrêt Minute**, la **chambre des métiers et la CCI de Libourne** de 2010 à 2014.



- Stratégie de communication et plan d'actions des événements **LINK : Libournais Network** pour l'association du même nom depuis 2016 (3ème édition en cours)
- Formatrice communication pour : 6 franchises de l'enseigne **Youpi Parc** en 2014, **Quantel Medical** en 2017.
- Enseignante en stratégie de communication et pilotage de projets événementiels (BTS et Bachelor) pour : **FORMASUP, ISEFAC Bordeaux, INSEEC, SUP DE COM**, depuis 2010.

Parcours professionnel

Actuellement : entrepreneure/salariée de la coopérative d'activité et d'emploi COOP'ALPHA : 4 activités en indépendante :

- audit et conseil en stratégie de communication.
- événementiel culturel, scientifique et technologique (LINK, Médias cité, Cap Sciences)
- enseignement en stratégie de communication, communication interne et pilotage de projet (Sup' de com, campus de Bordeaux).

De octobre 2016 à Juin 2017 : chargée des événements, de la communication événementielle et de l'animation du réseau des partenaires à Cap Sciences Bordeaux :

- recommandation disponible sur demande.

Depuis 2015 : création, stratégie de communication et pilotage général des événements annuels « numérique et innovation du grand libournais : LINK Libournais Network » :

- Avec les acteurs de l'innovation régionale, privés et publics (3ème édition en cours d'élaboration), en partenariat notamment avec la Ville de Libourne et la CALI, le Département, l'agence du numérique, la Région Nouvelle Aquitaine (appel à projets des CSTI) etc.

Depuis 2010 : enseignante BTS et Bachelor : audit et stratégie de communication et pilotage événementiel.

De 2007 à 2012 : Direction - gérance AZIMUT EVENEMENTS, agence de communication événementielle à Libourne :

- organisation événements culturels et artistiques pour entreprises,
- festivals grand public en partenariat notamment avec la Ville de Libourne et d'Andernos les bains.
- audit et conseil en stratégie de communication PME territoire libournais dont Ouvêo Menuiserie : stratégie de communication globale, coordination et management d'une équipe de 10 personnes pendant 2 ans (recommandation disponible sur demande).

De 2000 à 2003 : assistante de communication, chargée de projet pour l'agence de communication publicitaire DM Design, Paris 9^{ème} :

- organisation plan de communication et gestion des partenaires.

1995/96 : Stages puis vacations au centre Georges Pompidou, Paris et pour la Réunion des Musées Nationaux (château de Versailles)

- Suivi éditorial du CNAC magazine et développement des publics.

Diplômes

1995 : Obtention d'un DEA Information et Communication (équivalent du Master 2) option Médiation culturelle mention Très bien, à Paris VIII.

ANNEXE FINANCIERE

Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Durée :
4 journées de 7h00 soit 28 heures en présentiel
+ 1h30 d'accompagnement distanciel par stagiaire
pendant les 3 temps d'inter-session

Poste	Montant net de TVA
Coût stagiaire	1400,00 €
Nombre de stagiaires minimum : 3	
Nombre de stagiaires maximum : 8	