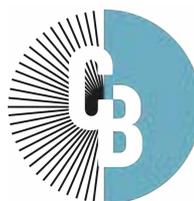


Formations 2024

Marketing et communication digitale



Feel Good Content
Coralie Barrois
Formation & Marketing
digital **enthousiaste**



Présentation

Feel Good Content est une entreprise créée en 2016 à mon initiative soucieuse de permettre aux dirigeants, indépendants et salariés de faire passer leur communication à un niveau professionnel et leur permettre de déployer leur communication avec confiance, efficacité, plaisir et authenticité. Et ainsi favoriser la notoriété, visibilité et la rentabilité de leurs activités professionnelles.

Formatrice indépendante, je propose des formations en marketing digital et communication web, à distance et/ou en présentiel, en intra et en infra entreprise, dans toute la France et à l'étranger (langue FR uniquement).

Tout au long des formations, le stagiaire est invité à mettre en pratique les compétences en cours d'acquisition sur sa réalité professionnelle

par le biais d'exercices pratiques et de mises en situation. A la fin, il est confronté à une évaluation pour vérifier les compétences acquises.

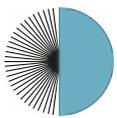
Mes formations sont animées par moi-même et peuvent bénéficier d'aides au financement : CPF, opérateurs de compétences (OPCO), autres dispositifs d'aides (ex. ARDAN...) par le biais d'organismes de formation partenaires certifiés Qualiopi. Il revient à l'apprenant d'effectuer lui-même les démarches pour trouver le dispositif de financement le plus adapté.

Coralie Barrois
Fondatrice et dirigeante de Feel good Content
Numéro de déclaration d'activité de formation : 32590997359

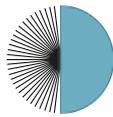


Thématiques de formation

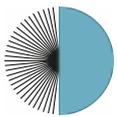
MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE



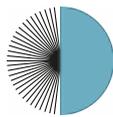
SOCIAL MEDIA
COMMUNITY MANAGEMENT
RESEAUX SOCIAUX



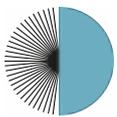
POSITIONNEMENT EDITORIAL
REDACTION DE CONTENUS



BRAND CONTENT
ET CONTENT MARKETING
STRATEGIES DE CONTENUS



STRATEGIES DE COMMUNICATION
ET IDENTITE DE MARQUE



ADN /VISION /MISSION
DE LA MARQUE

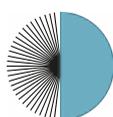


IMAGE DE MARQUE PROFESSIONNELLE
PERSONAL BRANDING



Durée des formations

Mes formations de ce catalogue sont conçues sur des formats 2 ou 3 jours.

- 2 jours (14h) : 2 jours de théorie et cas d'études
- 3 jours (21h) : 2 jours de théorie et cas d'études + 1 jour de cas pratiques sur la réalité du stagiaire
- Comme je réalise du sur-mesure, toutes les durées de formation sont envisageables, contactez-moi à coralie@feelgood-content.com pour vos demandes spécifiques.
- Devis personnalisé préalable chaque demande de formation.

Publics concernés

Entrepreneurs, dirigeants, cadre dirigeants, salariés, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion.

Vous êtes porteur de handicap et vous souhaitez suivre une formation ?

Contactez-moi pour en discuter ensemble au 06 72 12 53 11.

Coralie Barrois.

PROGRAMME DE FORMATION

Instagram, usage professionnel : comment améliorer son image de marque et sa visibilité ?

OBJECTIFS

- Savoir animer un compte Instagram professionnel pour promouvoir son activité.
- Apprendre à animer un compte professionnel selon ses objectifs et ses cibles.
- Connaître l'algorithme et mettre en œuvre les bonnes pratiques.
- Définir une stratégie de contenu et une ligne éditoriale.
- Augmenter l'engagement de son compte.
- Choisir des outils performants pour améliorer son contenu.
- Produire des publications optimisées
- Savoir évaluer les résultats de ses actions

Ref 00001

Public : toute personne amenée à produire du contenu pour son compte instagram dans un objectif professionnel de notoriété, visibilité, prospection.

Pré-requis : maîtriser l'usage d'Internet.

Durée : 2 jours (14h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Introduction à l'usage professionnel d'Instagram

- Usages et tendances d'Instagram
- Principales notions : Portée, engagement, algorithme

2. Créer et personnaliser son compte Instagram Pro

- Basculer son compte en compte professionnel et remplir son profil professionnel
- Panorama des fonctionnalités de l'application
- Inviter ses contacts
- Rechercher des contacts

3. Le fonctionnement de l'algorithme

- Qu'est-ce que l'algorithme d'Instagram ?
- Comment s'en servir pour augmenter sa visibilité
- 12 conseils pour déjouer l'algorithme et retrouver un engagement et une visibilité de qualité

4. Créer des publications adaptées à un usage professionnel

- Définir sa cible et ses objectifs
- Définir sa stratégie de contenus : quoi poster, de quelle façon et à quel moment
- Déterminer son identité visuelle et sa ligne éditoriale
- Les différents formats et contenus possibles
- Comment créer une bonne publication
- Les différents formats et contenus possibles
- Comment créer une bonne publication
- Bien rédiger ses légendes et utiliser les bons hashtags
- Comment créer une story performante

5. Les applications pour améliorer son contenu

- Créer des visuels de qualité (Unfold, Canva)
- Partager de publications (Repost)
- Montage vidéo (InShot)

PROGRAMME DE FORMATION

Instagram, usage professionnel :

comment améliorer son image de marque et sa visibilité ? (suite)

6. Interagir avec sa communauté

- Comment développer sa communauté ?
- Comment obtenir ses abonnés ?
- Comment fidéliser sa communauté ?
- Les fonctions pour interagir avec sa communauté
- Organiser des collaborations pour gagner du trafic

7. Créer des publications adaptées à un usage professionnel

Suivre la performance de ces actions

- Quelles statistiques suivre ?
- Que déduire de ses statistiques et ajuster sa stratégie ?

8. Pourquoi être inspirant est bon pour votre image de marque professionnelle ?

- Les coulisses de votre métier
- Votre personnalité
- Votre lifestyle / inspirations personnelles

9. Questions/réponses

10. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé pour pouvoir être autonome et savoir prioriser à l'issue de la formation.
- Une formation-action : chacun part de son contexte professionnel et de ses priorités et s'entraîne à découvrir et à appliquer des méthodes efficaces et des outils pragmatiques pour atteindre ses objectifs.
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle de chaque stagiaire.

PROGRAMME DE FORMATION

Elaborer sa stratégie de communication digitale pour développer la notoriété et la rentabilité de son entreprise auprès d'une cible B2B

OBJECTIFS

- Connaître les fondamentaux de la communication digitale
- Apprendre à fixer ses objectifs
- Savoir mesurer le résultats de ses actions
- Savoir communiquer de manière différenciante
- Définir sa cible client, son persona B2B
- Définir son dispositif de marketing digital

Ref 00002

Public : toute personne en charge de la stratégie de communication digitale B2B d'une entreprise

Pré-requis : maîtriser l'usage d'Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Les fondamentaux de la communication digitale

- Définition
- Enjeux pour une profession artistique

2. Définir son dispositif de marketing digital

- Mise en contexte
- Plan type d'un dispositif marketing digital
- Objectifs et Kpis
- Bien définir ses cibles clients
- Poser une vision créative
- Structurer son plan d'action
- Etablir votre macro planning

3. Application sur la réalité du stagiaire

4. Questions/réponses

5. QCM (Evaluation)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Une formation-action : chacun part de son contexte professionnel et de ses priorités et s'entraîne à découvrir et à appliquer des méthodes efficaces et des outils pragmatiques pour atteindre ses objectifs.
- Une formation-atelier avec des exercices pratiques et un plan d'action établi lors de la séance.

PROGRAMME DE FORMATION

Ecrire pour le web

OBJECTIFS

- Adapter son écriture aux spécificités du web et au référencement naturel.
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux.
- Appliquer les bases du référencement naturel.
- Enrichir son contenu textuel.

Public : toute personne amenée à produire du contenu pour un site web et les réseaux sociaux.

Ref 00003

Pré-requis : connaissance de base des techniques rédactionnelles traditionnelles, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. La rédaction web

- La rédaction web et ses enjeux.
- L'infobésité au cœur d'internet.
- Les supports de rédaction : du site web / blog aux réseaux sociaux.

2. Du contenu séduisant et pertinent

- Le contenu : la base de la visibilité sur internet.
- Maîtriser la structure d'un contenu adapté au web.
- Les nouvelles tendances de la rédaction web.

3. Les fondamentaux du SEO

- Connaître les principaux algorithmes de Google.
- Comment Google interprète-t-il le contenu ?
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel / SEO.
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux et à ses différentes cibles.
- Analyser son positionnement sur le web.

4. Écrire et optimiser des articles existants

- Structurer et optimiser ses articles : cas pratiques.
- Concevoir son maillage interne et ses liens sortants.
- Décliner les différents types de publications : contenu de fond, snacking content, brève, interview, reportage.
- Adapter son contenu aux multiples devices et écrans : Smartphone, tablette, desktop...
- Enrichir et diversifier son contenu : infographies, photos, vidéos, son...

5. Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web

- Construction d'un site web : les pages et les articles.
- Structure et arborescence des contenus sur un site web.
- Les outils et plugins indispensables.
- Rédaction d'un article optimisé sur WordPress : exercice.
- Rédiger une charte éditoriale.

Pourquoi choisir cette formation ?

- Une formation-action : chacun part de son contexte professionnel et de ses priorités et s'entraîne à découvrir et à appliquer des méthodes efficaces et des outils pragmatiques pour atteindre ses objectifs.
- Une formation-atelier avec des exercices pratiques au fil de la séance.

PROGRAMME DE FORMATION

Etablir sa charte éditoriale digitale

OBJECTIFS

- Savoir établir sa charte éditoriale professionnelle et personnelle.
- Trouver son ton de voix.
- Adapter sa prise de parole.
- Trouver ses thématiques des contenus pertinents.
- Identifier les canaux sur lesquels prendre la parole.

Ref 0004

Public : toute personne amenée à produire du contenu textuel pour un site web et les réseaux sociaux.
Pré-requis : connaissance de base des techniques rédactionnelles traditionnelles, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.
Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Une charte édit : c'est quoi ? Ça sert à quoi ? Qu'y trouve-t-on ?
2. ADN de marque, cibles et objectifs
3. Ligne et axes éditoriaux
4. Ton de voix
5. Contenus à opérer et canaux de diffusion
6. Workflow et planning éditoriaux
7. Questions/Réponses
8. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Une formation-action : chacun part de son contexte professionnel et de ses priorités et s'entraîne à découvrir et à appliquer des méthodes efficaces et des outils pragmatiques pour atteindre ses objectifs.
- Une formation-atelier avec des exercices pratiques au fil de la séance.

PROGRAMME DE FORMATION

Définir son naming : le bon nom d'entreprise pour donner le ton !

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du naming.
- Connaître les tendances du naming en 2021-2022.
- Construire sa stratégie de naming
- Etablir un brief pour son nom d'entreprise, d'artiste, de produit ou de service.
- Prendre en compte le nom de domaine.

Ref 00005

Public : toute personne, profession artistique amenée à devoir trouver, ou briefier un professionnel, pour son nom de scène, le nom de son entreprise, d'un produit, d'un service ou d'une marque.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Les enjeux du naming
 - Pourquoi faut-il un bon nom de marque en tant qu'artiste ?
2. Le nom doit-il toujours avoir une signification ?
3. Construire sa stratégie de naming
 - Les qualités indispensables du nom de son produit
 - Mener des études et des tests de naming produit
 - Étudier et utiliser les données récoltées
4. 8 étapes pour trouver le meilleur nom pour votre marque, votre entreprise ou votre site internet
5. Mes 12 conseils pour un naming efficace
6. Faut-il confier cette mission à un concepteur rédacteur ou le faire par vous-même ?
7. Questions/réponses
8. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé pour pouvoir être autonome et savoir prioriser à l'issue de la formation.
- Une formation -atelier avec mise en application immédiate.
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle de chaque stagiaire.

PROGRAMME DE FORMATION

Construire et diffuser son personal branding en tant qu'artiste et profession créative (positionnement et image de marque personnelle)

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du personal branding
- Savoir élaborer sa stratégie de personal branding.
- Construire et entretenir sa e-reputation en tant qu'indépendant, chef d'entreprise, dirigeant.

Ref 00006

Public : toute personne amenée à devoir faire rayonner l'image de sa société, de sa profession et développer sa notoriété.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Qu'est-ce que le personal branding ?
2. Considérez-vous comme une marque
 - Faire ses premiers pas dans le personal branding
 - Pourquoi être créatif et engagé ?
3. Pourquoi y avoir recours ?
 - Pourquoi investir dans votre marque personnelle ?
4. Alignez votre marque avec vous-même
 - Se positionner sur votre marché
 - Faire une analyse quali et quanti de votre e-réputation
 - Déployer votre plan d'action et monter la première marche !
5. Créer votre plateforme de marque personnelle
 - Elaborer votre identité visuelle
 - Construire votre ligne éditoriale
 - Mise en application
6. Soyez présent sur les bons canaux
 - Sélectionner les bonnes plateformes web
 - Optimiser votre profil LinkedIn
 - Créer votre propre site vitrine
 - Etre aussi actif sur le offline
7. Quatre étapes simples pour construire votre stratégie de personal branding
8. Faire vivre votre marque personnelle dans le temps
 - Nourrir votre écosystème
 - Partir à la rencontre de vos cibles
 - Mesurez vos résultats et améliorer les
 - Faire durer sa marque personnelle
9. Questions/réponses
10. Evaluation (QCM)

PROGRAMME DE FORMATION

Exprimer son identité de marque dans sa communication éditoriale

OBJECTIFS

- Comprendre le marketing d'image de marque ainsi que la démarche stratégique et créative de l'identité éditoriale.
- Construire sa ligne éditoriale.
- Prendre en compte les règles de la communication éditoriale.
- Savoir déployer une stratégie éditoriale pertinente.

Ref 00007

Public : toute personne amenée à devoir prendre en charge l'identité de marque et la communication éditoriale d'une entreprise.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. L'identité de marque : qu'est-ce que c'est ?

- Qu'est ce qu'une identité de marque ?
- Pourquoi est-ce primordial ?

2. La communication éditoriale : qu'est ce que c'est ?

- L'autre pilier de l'identité de marque
- En quoi est-elle importante pour votre image de marque
- Exemple Monoprix

3. Zoom sur la ligne éditoriale

- Définition
- Rôle
- Objectif

4. Définir votre ligne éditoriale en 5 étapes (application sur la réalité du stagiaire)

5. Cas d'étude : Julien Doré.

6. Questions/réponses

7. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé et adapté aux professions artistiques.
- Durant la formation, le stagiaire aura établi un plan d'actions pour améliorer ou mettre en place sa propre identité de marque
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle de chacun.

PROGRAMME DE FORMATION

Comment se vendre en tant qu'artiste grâce à sa communication digitale ?

OBJECTIFS

- Comprendre les leviers du marketing digital pour se vendre en tant qu'artiste.
- Construire son image de marque.
- Connaître et savoir mettre en oeuvre la stratégie des 3 "E"

Ref 00008

Public : toute personne amenée à devoir se vendre en tant qu'artiste via la communication digitale.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Qu'est ce qu'une marque ?

- Pour une entreprise
- Pour un artiste

2. Crédibilité, authenticité, art et communication : où placer le curseur ?

- Comment prendre votre art et le canaliser dans un style visuel et une identité
- Cas d'études : Madona, Sex Pistols, Lady Gaga, Vaz.

3. Comment commencer sa marque en tant qu'artiste ?

- Les détails et les idées.
- Impliquer vos fans.
- L'enthousiasme au service de votre image.

4. Les 3 "E" de la création de marque

- Enabling.
- Elevating.
- Enriching.

5. Mise en pratique sur la réalité du stagiaire

6. Questions/réponses

7. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé et adapté aux professions artistiques.
- Durant la formation, le stagiaire aura établi un plan d'actions pour améliorer ou mettre en place sa propre marque personnelle.
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle de chacun.

PROGRAMME DE FORMATION

Développer sa stratégie de communication sur LinkedIn pour gagner en notoriété

OBJECTIFS

- Savoir définir un persona (client type)
- Comprendre les enjeux et codes de LinkedIn
- Définir ses objectifs marketing
- Savoir utiliser LinkedIn comme moyen de promotion de son activité professionnelle
- Apprendre à élaborer des thématiques de contenus pertinentes
- Créer et optimiser son profil et sa page entreprise
- Comprendre la différence et construire son personal et professional branding
- Identifier et échanger efficacement avec des contacts-clés
- Appliquer le social selling sur LinkedIn

Ref 00009

Public : toute personne amenée à devoir animer et produire du contenu sur sa page LinkedIn.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Comment connaître et définir sa cible, son persona (B2C ou B2B)
2. Codes, usages et bonnes pratiques sur LinkedIn
3. Créer et optimiser son profil et sa page entreprise
4. Comprendre la différence et construire son personal et professional branding
5. Trouver et diffuser du contenu pour vous positionner comme une référence dans votre secteur
6. Identifier les contacts intéressants et les clients potentiels sur LinkedIn
7. Engager la conversation avec les prescripteurs-clés : agences événementiels, partenaires, influenceurs.
8. Utiliser le social selling sur LinkedIn pour transformer vos prospects en clients
9. Questions/réponses
10. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé et adapté à la réalité métier du stagiaire (audit préalable).
- Durant la formation, le stagiaire aura établi un plan d'actions pour mettre en place les jalons de sa stratégie de contenus et prise de parole sur LinkedIn.
- Une formation sur mesure directement applicable.

PROGRAMME DE FORMATION

Définir sa mission, ses valeurs, sa vision, sa proposition de valeur.

OBJECTIFS

- Développer une cohérence forte entre votre ADN de marque/d'entreprise et vos actions.
- Aligner votre vision, votre mission et vos valeurs pour soutenir votre personnalité et l'image de marque de votre société.
- Mettre en place des bonnes pratiques pour faire vivre vos valeurs sur votre site et vos médias sociaux.

Ref 00010

Public : toute personne amenée à devoir déterminer la plateforme de marque de sa société et sa proposition de valeur.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Rôle de la vision, de la mission et des valeurs d'une entreprise
2. Comment définir votre mission d'entreprise ?
 - Définition
 - Méthode pour la rédiger pas à pas
3. Comment élaborer votre vision d'entreprise ?
 - Définition
 - Méthode pour la rédiger pas à pas
4. Comment identifier vos valeurs d'entreprise/d'entrepreneur ?
 - Définition
 - A quoi servent-elles dans le cadre de votre communication ?
 - Méthode pour les définir
 - Exemples
5. Pourquoi mettre ces 3 piliers au coeur de votre stratégie de communication digitale
6. Comment élaborer votre proposition de valeur ?
 - Définition, contenu et bénéfices
 - Définir votre pourquoi ("Why", golden circle Simon Senek)
7. Comment faire vivre vos valeurs sur les réseaux sociaux ?
8. Comment assurer la cohérence de vos valeurs dans ce nouveau monde digital ?
9. Questions/réponses
10. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé et réalisé selon les enjeux du stagiaire.
- Durant la formation, le stagiaire aura acquis des compétences pour lui permettre de déterminer une proposition de valeur unique et différenciante.

PROGRAMME DE FORMATION

Storytelling : construire un univers autour de son projet professionnel, musical ou artistique.

OBJECTIFS

- Savoir construire son propre univers et raconter une histoire dans le but de développer sa communication.
- Comprendre les enjeux du storytelling
- Commencer à poser les bases de son storytelling

Ref 00011

Public : toute personne amenée à créer une image de marque forte et différenciante, à développer sa notoriété et du lien avec son public par le biais de sa communication.

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 2 jours (14 h) ou 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Qu'est ce que le storytelling ?
2. Le pouvoir du storytelling.
3. Savoir qui vous êtes en tant qu'artiste pour savoir que transmettre
4. Construire un univers autour de son projet
5. Les 3 ingrédients clés d'un bon storytelling
6. Recourir à la stratégie transmedia (Ex. Gorillaz)
7. Maîtriser l'art du storytelling tout en restant authentique
8. Questions/réponses
9. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé et adapté aux professions indépendantes.
- Durant la formation, le stagiaire aura commencer à poser les contours de son storytelling de professionnel.
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle de chacun.

PROGRAMME DE FORMATION

La communication digitale sur les réseaux sociaux pour les pharmacies

OBJECTIFS

- Savoir construire et diffuser la même image de marque sur les réseaux sociaux que dans son officine.
- Comprendre les enjeux d'une présence de sa pharmacie sur les réseaux sociaux
- Apprendre à (mieux) référencer sa pharmacie/parapharmacie sur référencer sur le web.
- Réussir à communiquer en toute légalité (interdit de faire de la prospection, de porter atteinte au libre choix du consommateur, de le solliciter et de le fidéliser)

Ref 00012

Public : Les docteurs en pharmacie amenés à créer une image de marque forte et différenciante, à développer sa notoriété et du lien avec son public par le biais de sa communication digitale

Pré-requis : connaissance de base de l'orthographe, être à l'aise dans un environnement Windows, maîtriser la bureautique et Internet.

Durée : 3 jours (21h)

PROGRAMME

1. Le contexte patient / pharmacie / communication digitale

"80% des patients interrogés sont favorables à la présence des pharmacies sur au moins un réseau social"
(source : Kozea group, community management de la pharmacie)

2. Facebook, le réseau social primordial pour votre pharmacie afin d'informer le patient d'une manière différente.

3. Réglementation officinale et digitale

4. Suivi patient grâce à la digitalisation

5. Développement de votre notoriété numérique

6. Recourir à la stratégie transmedia (Ex. Gorillaz)

7. Maîtriser l'art du storytelling tout en restant authentique

8. Questions/réponses

9. Mise en pratique sur le facebook de l'office

10. Evaluation (QCM)

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé et adapté aux pharmaciens
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle et aux enjeux de la pharmacie et de la digitalisation nécessaire du secteur.

PROGRAMME DE FORMATION

Formation longue au métier de community manager

OBJECTIFS

Apprendre à connaître le métier de community manager, définir et mettre en place une stratégie digitale social media.

A l'issue de la formation, le stagiaire a acquis les compétences suivantes :

- Connaître le métier de community manager
- Connaître les codes et les usages des différences réseaux sociaux
- Connaître les différentes étapes pour définir une stratégie « social media » pertinente
- Choisir les bons réseaux sociaux sur lesquels communiquer
- Etablir un calendrier éditorial et savoir le déployer
- Définir une ligne éditoriale et un univers graphique
- Réaliser une stratégie de community management
- Définir des typologies de contenus pertinents
- Créer des contenus pertinents sur un logiciel de création de contenus
- Connaître la réalité du métier de community manager
- Booster la visibilité d'une entreprise sur les réseaux sociaux
- Réaliser un audit de stratégie de contenus sur les réseaux sociaux
- Analyser des contenus existants et proposer des améliorations
- Elaborer une recommandation stratégie suite à un audit
- Fixer des indicateurs de performance
- Savoir argumenter et présenter sa stratégie de community management
- Connaître les fondamentaux du SEO, SEM et du SEA
- Mesurer les résultats de ses actions

Ref 00013

Ref 00013

Public : Les indépendants, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion, salariés désirant une formation complète au métier de community manager.

Pré-requis : Maîtriser l'utilisation basique d'un ordinateur, d'un mobile et d'Internet

Durée : 112h

PROGRAMME

Séance 1

Introduction au métier de community manager et aux réseaux sociaux

Séance 2

Définir les bases de sa stratégie de community management (stratégie social media)

Séance 3

Les outils du CM et comment définir une ligne éditoriale et un univers graphique percutants

Séance 4

Comment trouver l'inspiration pour déterminer des thématiques de contenus pertinents

Séance 5

Comment créer des contenus de marque pertinents sur un logiciel de création de contenus dédié

PROGRAMME (suite)

Séance 9

Analyse la stratégie de community management d'une marque et réaliser une recommandation stratégique

Séance 10

Création de contenus pour une entreprise

Séance 11

Mesurer l'efficacité de sa stratégie de contenus

Séance 12

Cas pratique, les fondamentaux du SEO et de la rédaction optimisée

Séance 13

Elaboration de votre plan d'action pour 3 mois

Séance 14

Focus LinkedIn, personal branding et engagement.

Séance 15

Optimisation de ton profil LinkedIn pour améliorer la visibilité de tes activités.

Séance 16

Bilan et évaluation finale.

Pourquoi choisir cette formation ?

- Une formation très complète et dispensée par une formatrice qui connaît la réalité du terrain
- Une formation-action qui propose beaucoup de pratique et permet aux stagiaires de postuler à un poste de community manager à l'issue de la formation
- Une formation sur mesure adaptée à la réalité professionnelle et aux enjeux de chaque stagiaire.

PROGRAMME DE FORMATION

Booster sa notoriété et recruter de nouveaux vendeurs/acheteurs grâce à sa communication sur Facebook

OBJECTIFS

- Savoir construire et diffuser la même image de marque sur les Facebook qu'en présentiel
- Comprendre les enjeux d'une présence de son entreprise sur les réseaux sociaux
- Apprendre à (mieux) référencer son entreprise sur le web.
- Réussir à communiquer en toute légalité

Ref 00014

Public : Les indépendants tous secteurs et professions libérales qui veulent améliorer leur visibilité, CA, recruter de nouveaux prospects, collaborateurs, créer une image de marque forte et différenciante et créer du lien par le biais d'une communication ciblée.

Pré-requis : maîtriser l'usage de base d'un ordinateur et d'un téléphone mobile. .

Durée : 3 jours (21h)

PROGRAMME

JOUR 1

1. Qu'est-ce que Facebook, ses codes et usages.
2. L'impact de Facebook sur le secteur immobilier
3. Déterminer vos objectifs et vos cibles
4. Les différents types de contenu à publier pour améliorer votre visibilité
5. Comment attirer à vous les vendeurs idéaux ?

JOUR 2

6. 8 types de vidéos immobilières pour booster votre notoriété sur Facebook
7. Créer du contenu éditorial et image avec un logiciel facile à prendre en main
8. Se servir de Facebook comme d'un outil puissant de recommandation et de prescription
9. Evaluation (QCM)

JOUR 3

10. Mise en pratique sur le Facebook de votre entreprise + élaboration de votre plan d'action pour 3 mois
11. Questions/réponses

Pourquoi choisir cette formation ?

- Programme pensé pour les agents immobiliers et les enjeux du secteur immobilier en 2022
- Une formation-action très pratico-pratique, sur mesure et adaptée à la réalité du professionnel .



CE CATALOGUE EST NON EXHAUSTIF.

JE CONÇOIS LE CONTENU PÉDAGOGIQUE SUR MESURE ET DISPENSE DES FORMATIONS ÉGALEMENT SUR CES DIFFÉRENTES THÉMATIQUES :

- stratégie digitale
- communication web
- réseaux sociaux
- community management
- personal branding
- référencement SEO
- storytelling
- stratégie digitale
- stratégie de contenus/brand content
- rédaction web
- identité de marque
- identité éditoriale
- Canva

Ces formations peuvent être dispensées aussi bien en présentiel qu'en FOAD sur la France entière.

Pour réserver votre formation :

1. Contactez-moi au 06 72 12 53 11 ou à coralie@feelgood-content
2. Echange téléphonique ou visio ou présentiel pour qualifier vos besoins
3. Envoi du programme de formation sur mesure que je vous propose, des dates possibles et du devis associé.
4. Si vous souhaitez une prise en charge partielle ou totale, vous réalisez les démarches auprès de votre organisme d'aide au financement de la formation (OPCO), CPF ou de votre employeur.
5. Signature du devis
6. Début de la formation

100 %

de clients satisfaits



Matthieu Delobes

Commissaire aux comptes
et expert comptable



Norbert Tschudy

Managing Director
at Haver Southern Africa



Céline Fournier

Muséographe, fondatrice
la Boîte à Histoires



Emilie Dubois

communiy manageuse



Paul Grandvillemin

Dirigeant chez Baharé |
Vestiaire Féminin et
Responsable



Julien Dubois

Porteur du projet pholcus, tee-
shirts en lin à Lille

100% DE CLIENTS SATISFAITS



Cédric Feuillet

Responsable UX et Stratégie digitale
chez Agence Bradford



Maria-Angela Bravo

Communication and
Event Manager FashionGreenHub



Céline Choteau

Préparatrice en pharmacie



Franck Levis

Co-fondateur / Directeur
Marketing Com
de Mille et Claire
Art de vivre.



Laetitia Joly

Co fondatrice Agences de mannequins
Perfect
Model, Little, so perfect



Caroline Catry

Dirigeante
Catry Business
Development



**Emilie Dubois,
community manager**

"Merci Coralie pour la formation Community manager que tu viens de me faire.

Après plus de 15 ans en agence de communication, (chef de projet et commerciale) , j'ai eu envie d'une reconversion professionnelle et de passer freelance.

Tu as su m'apporter de nombreuses clés pour réussir dans mon futur métier... de la théorie mais aussi beaucoup de pratique.

Le métier de community manager ne se résume en effet pas juste à la publication de posts sur les réseaux... l'analyse du persona, la stratégie sociale média, la création graphique sont des notions que je maîtrise maintenant et je t'en remercie. Hâte de te présenter mes premiers clients en baie de somme.

Avec tous mes remerciements ,
Emilie



Matthieu Delobes
Expert comptable,
Commissaire aux comptes

"Une formation intense et riche d'enseignement. Coralie s'est très bien adapté au contexte, celui de la profession comptable, et a su pointer les faiblesses de la communication du cabinet. Les axes de progression qu'elle a su distiller sont pertinents.

La formation en deux parties a permis une révision (un apprentissage !) des fondamentaux, et des outils à disposition pour appréhender les impacts de la communication. La seconde partie s'est intéressée au contexte du cabinet, à son positionnement, et a permis d'instaurer une méthode pour communiquer.

Il ne reste plus qu'à mettre en oeuvre.
Merci Coralie"



Céline Choteau
Préparatrice en pharmacie

"Une formation riche en conseils et qui est adaptée à notre domaine de la pharmacie. Coralie Barrois a su rapidement mettre à l'aise le pharmacien titulaire de la pharmacie et moi-même, avec l'outil informatique et les codes de communication de Facebook.

Je recommande cette formation à toutes les pharmacies qui veulent développer leur communication digitale, qui représente aujourd'hui, une part importante de notre visibilité.



Caroline Catry

Chargée de développement
auprès des TPE/PME
analyste des processus
Catry Business Development

"Je suis plus que ravie d'avoir contacté Coralie pour me former aux réseaux sociaux afin de promouvoir ma nouvelle marque. Je pensais connaître le fonctionnement des différents réseaux et je pensais que Coralie m'apprendrais quelques rudiments complémentaires. Coralie m'a finalement tout appris et les deux jours passés ensemble ont été denses et passionnants. Je connais maintenant les codes, les techniques, les langages, les usages et bien d'autres éléments indispensables pour pouvoir interagir à mon tour, entrer sereinement dans cet univers digital et promouvoir ma toute nouvelle marque.

Coralie merci pour ton enseignement sur mesure et ta bienveillance"



Franck Levis

Co-fondateur / Directeur
Marketing & Commercial
Mille et Claire

"Bonjour, Nous avons eu la chance de travailler avec Coralie pour le lancement de notre marque et l'écriture de notre storytelling. Nous avons été ravis, ce story telling fonctionne encore 3 ans après le lancement; riche et précis les mots choisis par Coralie sonnent vrai. En outre nous avons pris beaucoup de plaisir à travailler avec Coralie. "



Maria-Angela Bravo

Communication and Event
Manager FashionGreenHub

"Avec Coralie j'ai pu bénéficier d'une formation sur-mesure, adaptée à mes besoins et à mon activité.

J'ai remarqué une préparation spécifique de qualité en amont, et pendant la formation une adaptation à mes questions et problématiques réelles.

Par ailleurs Coralie est quelqu'un de bienveillant et très dynamique! Très bonne expérience de formation et un bon moment aussi. "



Julien Dubois

Porteur du projet pholcus,
tee-shirts en lin à Lille

"Coralie m'a accompagné sur la définition des mission, valeurs et vision de mon projet d'entreprise ainsi que sur la mise en œuvre de ma stratégie de contenu. Charte éditorial, storytelling, personal branding ... elle maîtrise toutes les techniques marketing. Coralie m'a fait découvrir les stratégies de communication digitale les plus adaptées à la nature de mon projet. En plus d'être pro, experte et rigoureuse, Coralie est quelqu'un de pédagogue et d'enthousiaste. Sa spontanéité contribue à rendre ses formations vivantes et motivantes. "



Paul Grandvillemin

Dirigeant chez Baharé
Vestiaire Féminin
et Responsable

"J'ai eu le plaisir de suivre l'une des formations de Coralie. J'ai notamment pu travailler avec elle sur mon branding et ma stratégie éditoriale.

Son accompagnement bienveillant et son expertise sur ses sujets m'ont permis de densifier et d'enrichir l'ADN de ma marque. Merci à Coralie !"



Norbert Tschudy
Sales Director US
at Rotzinger Group

"Coralie est passionnée et cela se ressent dans sa façon dynamique d'entreprendre un projet.

Epicurienne enthousiaste par nature, elle prend plaisir à mettre en valeur le « produit » de ses clients et ça se voit.

Elle sait par ailleurs faire preuve d'une réelle polyvalence pour prendre en main des projets très différents et être force de proposition.

Energie, écoute, sensibilité, persévérance et proactivité complètent son profil."



Céline Fournier
Muséographe, fondatrice
la Boîte à Histoire

"J'ai eu le plaisir de suivre une formation avec Coralie, en one to one concernant LinkedIn. Peu au fait de LinkedIn, mon objectif était de comprendre ce réseau et d'en saisir le fonctionnement pour créer de bonnes interactions avec les membres de mon réseau. Je ressors de cette formation la tête pleine de bonnes pratiques et d'astuces argumentées. A présent, c'est à moi de prendre la balle au bond pour appliquer le contenu de cette formation et me donner de la visibilité et de la notoriété sur LinkedIn."



Laëtitia Joly

Co fondatrice

Agences de mannequins

Perfect Model, Little,
so perfect et easy fit

"J'ai eu l'occasion d'accueillir Coralie au sein de mon agence pour assurer une sensibilisation à Instagram auprès de mes mannequins.

J'ai particulièrement apprécié, d'une part son implication dans la préparation de son module et toute la pertinence des éléments qu'elle met en avant et, d'autre part, l'enthousiasme dont elle fait preuve lors des interactions avec les mannequins.

Merci de cette formation !! "



Cédric Feuillet
Responsable UX et
Stratégie digitale chez
Agence BRADFORD

"La forte capacité d'adaptation de Coralie lui permet de s'intégrer rapidement au sein d'une équipe projet, d'aborder des problématiques différentes en étant toujours force de proposition pour trouver la tonalité la plus juste.

Collaborer avec Coralie est toujours très enrichissant, tant par son enthousiasme que son efficacité."



Coralie Barrois

Formatrice et consultante

Contact



Coralie@feelgood-content.com



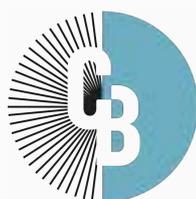
06 72 12 53 11



feelgood-content.com



[Réservez votre rdv découverte en cliquant ici](#)



Feel Good Content

Coralie Barrois

Formation & Marketing
digital **enthousiaste**

Le contenu de ce document est protégé par le droit d'auteur et est strictement confidentiel. A ne pas communiquer, divulguer, diffuser sauf autorisation préalable de ma part. Tous droits réservés

Coralie Barrois – Feel Good Content – entreprise individuelle –
Siret 52427872800018. Numéro de déclaration d'activité de formation : 32590997359.