



FORMATION COMMUNICATION

**- Stratégie -
Design graphique - Digital**



CATALOGUE 2026



**DESJEUX
Créations**

Agence conseil communication et formations



Sommaire

STRATEGIE DE COMMUNICATION et IA 4

- Les fondamentaux de la communication : définir sa stratégie 4
- Concevoir et déployer le plan de communication 4
- Réussir efficacement vos supports imprimés (print) 5
- Réussir efficacement vos supports numériques (digital) 5

DESIGN GRAPHIQUE et IA 6

- Chaîne Graphique..... 6
- Photoshop 8
- Illustrator 10
- Indesign 12

DIGITAL et IA 14

- Stratégie digital..... 14
 - Comprendre les enjeux d'une stratégie digital / webmarketing 14
 - Comprendre et choisir son réseaux social 15
- Community Management 16
 - Créer et animer sa page facebook..... 16
 - Créer et animer son profil Linkedin..... 17
- Référencement naturel (SEO) 18
 - Comment rédiger pour le web ? 18

« Toute croyance en une communication globale conduit au mieux à l'inefficacité, au pire à de sérieuses difficultés.

Marie Hélène Westphalen - Communicator »

Notre démarche de formation s'articule autour de la démarche **inductive**

Pourquoi cette démarche ?

Démarche inductive = manière de conduire l'enseignement (s'oppose à la méthode déductive)

- Invite l'apprenant à extraire des notions à partir de situations concrètes
- Mise en situation de découverte
- Concret vers abstrait

Cette démarche favorise l'apprentissage.

Caractéristiques de la Démarche inductive

- Prend appui sur des faits de société, des situations de vie professionnelles ou quotidienne simples et variées
- Privilégie les techniques pédagogiques de l'ordre de la découverte
- Développe des stratégies cognitives, pourquoi du comment, origine d'une connaissance...
- Permet à l'apprenant d'accéder à l'abstraction.

Quel est l'objectif de la démarche inductive ?

- De partir du concret pour se sentir motivés
- De saisir le but de son apprentissage
- D'être valorisés

L'ensemble de nos formations ont été enregistrées auprès du préfet de Région des Pays de la Loire (numéro 52 49 02492 49).

CERTIFIÉ QUALIOPi

N° de certificat FR059137-1
(catégorie L6313-1 actions de formation)



L'INCLUSION et la PERSONNALISATION

Dans notre approche de la formation, nous attachons une grande importance à valoriser la diversité de chacun. Afin que tous les stagiaires puissent bénéficier d'une expérience d'apprentissage adaptée, il est essentiel que vous nous fassiez part de vos besoins particuliers, qu'ils soient liés à votre santé ou à d'autres difficultés personnelles. Votre démarche nous permettra de personnaliser les conditions de formation et de mettre en place les ajustements nécessaires pour garantir votre pleine participation et votre épanouissement dans notre programme.



LE PLUS DE NOS FORMATIONS

Chaque atelier permet au stagiaire de travailler sur ses travaux personnels et/ou professionnels en lien avec son activité et ses besoins au quotidien.



STRATÉGIE DE COMMUNICATION

LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION : DÉFINIR SA STRATÉGIE

Descriptif de formation

Définir la(les) problématique(s) et la stratégie de communication qui en découle. Analyser l'existant et réaliser un audit des besoins en communication et le SWOT (force et faiblesse / opportunité et menace) de l'entreprise. Segmenter les cibles et les messages. Définir le positionnement de l'entreprise. **Méthodes : cercle d'or, plateforme de marque et parcours client.**

Objectifs de formation

Développer une vision claire des enjeux de la communication d'entreprise. Être en mesure de bâtir sa stratégie de communication.

A qui s'adresse cette formation ?

Responsable communication interne, externe ou globale. Cadre en charge de la communication interne, externe ou globale. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.

CONCEVOIR ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION

Descriptif de formation

Définition des outils de communication (médias et hors-médias - cross canal). Évaluation du budget. Élaboration du planning et évaluation des retombés et du retour sur investissement (ROI). Acquérir la méthodologie pour concevoir et évaluer des actions de communication (KPIs indicateurs de performances).

Objectif de la formation

Se repérer dans le panorama des outils de communication existant (print et digital). Choisir et piloter des prestataires extérieurs. Acquérir la méthodologie bâtir un plan de communication et évaluer les retombés des actions de communication média et hors médias.

A qui s'adresse cette formation ?

Responsable communication interne, externe ou globale. Cadre en charge de la communication interne, externe ou globale. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.

Témoignage client

Desjeux Créations sait répondre à nos besoins, sait s'adapter et est réactif ! Merci à Desjeux Créations pour son écoute, son travail et sa réponse personnalisée à nos attentes !

Flora Bodineau Université Catholique de l'Ouest - Assistante SGF et Chargés de Cours - Faculté des Humanités.



Évaluez vos besoins pour organiser au mieux votre apprentissage ou perfectionnement dans les méthodes et techniques de communication



**PRE-INSCRIPTION
EN LIGNE**

RÉUSSIR EFFICACEMENT VOS SUPPORTS IMPRIMÉS (PRINT) :

Descriptif de formation

Comprendre la chaîne graphique pour vos impressions physiques : rédiger un cahier des charges, faire un appel d'offre, analyser un devis, suivre la fabrication. Comprendre qui sont les intervenants dans ce processus de création & de fabrication (rédacteur, photographe, dessinateur, directeur artistique, graphiste, flasheur, imprimeur, façonnier, livreur...)

Objectif de la formation

Identifier les outils et les méthodes pour suivre la réalisation d'un document imprimé la communication. Disposer des clés nécessaires pour travailler efficacement avec les professionnels de la communication d'entreprise, les agences et les free-lances. Être maître d'oeuvre d'un outil de communication de l'idée au projet finalisé et imprimé.

A qui s'adresse cette formation ?

Managers fonctionnels ou opérationnels devant contribuer à des projets de communication ou passer commande au service de la communication ou à une agence. Chef de projet devant piloter un volet communication ou travailler avec la fonction communication. Tout collaborateur en charge d'un projet de communication sans être un professionnel de la communication. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.

RÉUSSIR EFFICACEMENT VOS SUPPORTS NUMÉRIQUES (DIGITAL) :

Descriptif de formation

comprendre la chaîne graphique numérique pour la réalisation de votre site internet : rédiger un cahier des charges, faire un appel d'offre, analyser un devis, suivre le développement et comprendre le référencement (SEO et SEM) et les outils de mise à jour de votre site web. Comprendre qui sont les acteurs du web et leur langage (développeur, fournisseur d'accès internet, hébergeur, référenceur SEO et SEM...)

Objectif de la formation

Identifier les outils et les méthodes pour suivre la réalisation d'un document digital de la communication. Disposer des clés nécessaires pour travailler efficacement avec les professionnels de la communication d'entreprise, les web/digital agency, les développeurs free-lances. Être maître d'oeuvre d'un outil de communication de l'idée au projet finalisé et mis en ligne.

A qui s'adresse cette formation ?

Managers fonctionnels ou opérationnels devant contribuer à des projets de communication ou passer commande au service de la communication ou à une agence. Chef de projet devant piloter un volet communication ou travailler avec la fonction communication. Tout collaborateur en charge d'un projet de communication sans être un professionnel de la communication. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.



DESIGN GRAPHIQUE - Chaîne Graphique

DURÉE

3 jours (21h)

PRÉREQUIS

Ne requiert pas de connaissance préalable.

PUBLIC VISÉ

Toute personne en charge des outils de communication (assistante de direction, secrétaire, chargé de communication, de marketing etc.)

OBJECTIFS

Acquérir la connaissance globale sur les grandes étapes de la chaîne graphique : la conception, la composition, la photogravure, l'impression et la finition.

Maîtriser le suivi global de production d'un outil de communication (Print et Web)

Programme de formation : LES FONDAMENTAUX

1 - DESCRIPTION DES 5 ÉTAPES QUI COMPOSENT LA CHAÎNE GRAPHIQUE

(DÉFINITION DU RÔLE DU CRÉATEUR D'ENTREPRISE DANS CES 5 ÉTAPES)

- Conception (*objectif, cible, concurrence, charte graphique, cahier des charges, rétro-planning, devis*)
- Composition (*point de contrôle le BAG*)
- Flashage (*point de contrôle le BAT*)
- Impression (*point de contrôle le BAR*)
- Façonnage

2 - LE RÔLE DU MAÎTRE D'ŒUVRE (CHARGÉ DE COMMUNICATION) DANS CES DIFFÉRENTS PROCESSUS

INTERVENTION ESSENTIELLE À L'ÉTAPE DE LA CONCEPTION :

■ Définition du « projet » à réaliser

- Élaboration d'un cahier des charges qui décrit dans le détail le projet :
 - Format (*fini/ouvert*)
 - Quantité
 - Couleur (*quadri/pantone*)
 - Support (*papier, carton, véhicule, vitrine, enseigne...*)
 - Effets spéciaux (*vernissé sélectif, pelliculage, découpe spécifique...*)
 - Finition (*brochage, assemblage...*)
 - Conditionnement et livraison

■ APPEL D'OFFRE (MISE EN CONCURRENCE DE 2 OU 3 AGENCE/ET OU IMPRIMEUR)

- DESCRIPTION DU DEVIS

- Éléments techniques (*ceux du cahier des charges*)
- Éléments temporels (*temps consacré aux réunions, à la recherche d'idée*)
- Éléments artistiques (*valeur ajoutée du créateur*)
- Éléments extérieurs (*achat de photo, visuels, dessin lié aux droits à l'image*)

3 – DESCRIPTION DU FLASHAGE

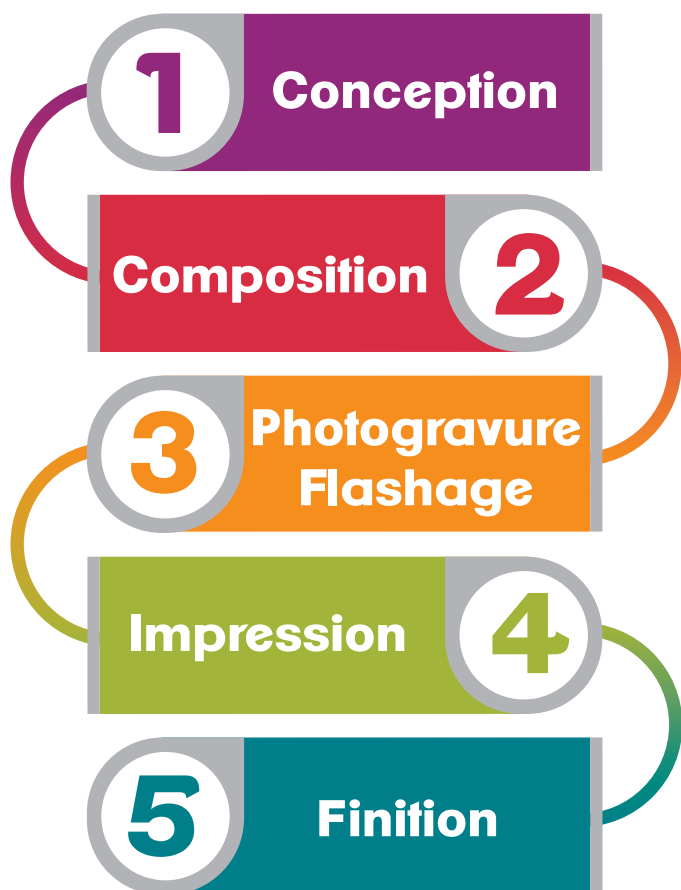
- Computer To Plate et traditionnel

4 – DESCRIPTION DES DIFFÉRENTS PROCÉDÉS D'IMPRESSION

- Offset
- Sérigraphie
- Typographie
- Héliogravure
- Flexographie

5 – DESCRIPTION DE LA FINITION

- Reliures
- Effets spéciaux
- Livraison, routage et conditionnement



**PRE-INSCRIPTION
EN LIGNE**

Qu'est ce que la chaîne graphique

La Chaîne Graphique regroupe l'ensemble des étapes techniques qui permettent à une idée (concrétisée par une maquette) d'aboutir à un produit imprimé, quelle qu'en soit la forme (brochure, plaquette, affiche, journal, magazine, lettre à en-tête, carte de visite...). Durant cette formation sur la chaîne graphique et la communication nous apprendrons à maîtriser toutes les étapes qui la composent : la conception, la composition, la photogravure, l'impression et la finition. Chacune de ces étapes fait intervenir des professionnels spécialisés.

Notre formation en communication nous permet d'expliquer que la notion de "chaîne", composée de maillons dépendant les uns des autres, implique la complémentarité de chacune des différentes étapes de fabrication.

L'ensemble des éléments abordés, durant notre formation sur la chaîne graphique (édition papier et édition électronique) ne prétend pas vous former à tous les métiers qui composent la chaîne graphique, car chacun est une profession à part entière, qui nécessite une formation spécifique, mais vise à vous donner la matière suffisante pour comprendre le mécanisme de production d'un support de communication. Et ce, pour que le "maillon" de cette chaîne graphique que vous êtes ou que vous deviendrez, soit à même de formuler les bonnes questions pour obtenir les meilleurs rapports qualité / prix / délai.

Témoignage client

Bravo Alexis pour votre accompagnement, votre écoute et la réponse précise à toute nos attentes. Nous avons pu bénéficier d'une formation complète et adaptée aux outils de PAO et savons désormais comment mener efficacement notre stratégie digitale. Encore un grand merci pour tous vos conseils et votre bonne humeur. A très vite pour de futures collab'..

Nicolas Banse DPAP – formation PAO indesign, photoshop, illustrator & community management & transition digitale

INITIATION - Photoshop (suite Adobe)

DURÉE

3 jours (21h)

PRÉREQUIS

Ne requiert pas de connaissance préalable mais connaître l'environnement informatique.

PUBLIC VISÉ

- Toute personne souhaitant s'initier à la PAO
- Toute personne voulant évoluer de la bureautique vers la PAO
- Responsable et collaborateur des services marketing, communication, documentation...

OBJECTIFS

Comprendre l'environnement de la PAO et la chaîne graphique pour gérer la production de document

- Exploiter les possibilités de créations numériques de Photoshop, sur photos et dessins, pour illustrer les sites Web ou les plaquettes publicitaires.
- Maîtriser le processus de conception graphique dans sa globalité.

Programme de formation

INTRODUCTION

- Principaux formats d'images : PSD, JPEG, PNG, GIF, TIFF
- Identifier l'usage de l'image
- Relations avec les autres logiciels

INTERFACE DU LOGICIEL

- Présentation et prise en main
- Barre de menu, barre d'outils
- Palettes flottantes et latérales
- Bibliothèque
- Grille Règles Unités

OUVERTURE ET ENREGISTREMENT

- Poids et compression d'image
- Résolution, taille en pixels, taille d'impression
- Transparence

TRANSFORMATION

- Recadrage
- Rotation, homothétie, torsion
- Perspective
- Échantillonnage

COURBE DE BÉZIER

- Manipulation et maîtrise de l'outil plume
- Point d'ancrage / Bras de levier

LES CALQUES

- Opacité, visibilité
- Agencement des calques
- Fusion de calques
- Calque vectoriel
- Calque dynamique

DÉTOURAGE

- Plage de couleurs
- L'outil plume
- Masque de fusion / vectoriel

INSERTION DE TEXTE

- Calque de texte
- Saisie
- Modification
- Mise en forme

RETOUCHE D'UNE IMAGE ET COLORIMÉTRIE

- Sélection : transformation, contour, progressif
- Outil pièce
- Correcteur localisé
- Outils tampon
- Ajustement des couleurs
- Contraste, luminosité
- Teinte, saturation

Ces deux formations Photoshop permettent de découvrir ou de se perfectionner à la diversité de ce logiciel de retouche d'image pour réaliser : des montages visuels, des ajustements de chromie, des affiches publicitaires percutantes, des images lumineuses et esthétiques, des déformations à la Andy Warhol, des images de modes élégantes, ou des visuels publicitaires au look d'enfer, pour valoriser l'image de votre organisation

PERFECTIONNEMENT - Photoshop (suite Adobe)

DURÉE

2 jours (14h)

PRÉREQUIS

Requiert des connaissances préalable sur le logiciel Photoshop et connaître l'environnement informatique.

PUBLIC VISÉ

- Toute personne souhaitant s'initier à la PAO
- Toute personne voulant évoluer de la bureautique vers la PAO
- Responsable et collaborateur des services marketing, communication, documentation...

Programme de formation

EXPORTATION VERS LE WEB

- Formats pour les réseaux sociaux (linkedin, facebook...)
- Image pour le web

FILTRES

- Contours
- Flous, bruits, diffusion
- Accentuer
- Autres filtres

SÉLECTIONS

- Lassos, baguette magique, sélection rapide
- Soustraction et addition de zone
- Améliorer le contour
- Mémoriser une sélection
- Mode masques

CORRECTION D'UNE IMAGE

- Courbes de niveau
- Couleurs et balance des couleurs
- Réglages par les variantes
- Calque de réglage
- Outil densité
- Dégradés

MÉTHODE

Pour l'ensemble des modules ci-dessus des exercices pratiques sont réalisés par le stagiaire. Une participation active sur micro-ordinateur est prévue pour chaque outil du logiciel à partir d'exemples concrets (photo, illustration, dessin, texte).

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Un ordinateur équipé du logiciel est utilisé pour la formation. Une documentation technique est remise au stagiaire à l'issue de la formation (synthèse des éléments de formation).

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Un examen final de mise en page COMPLET permet de noter le candidat sur sa capacité à utiliser les outils du logiciel dans sa globalité. Un QCM permet de valider ses connaissances théoriques.



Évaluez votre niveau de connaissance sur Photoshop pour organiser au mieux votre apprentissage ou perfectionnement sur photoshop (adobe)



PRE-INSCRIPTION
EN LIGNE



INITIATION - Illustrator (suite Adobe)

DURÉE

3 jours (21h)

PRÉREQUIS

Ne requiert pas de connaissance préalable mais connaître l'environnement informatique.

PUBLIC VISÉ

Toute personne devant réaliser des outils de communication (logo, dessin, illustration, graphique, plan, cartographie etc.) et souhaitant apprendre le dessin vectoriel avec Illustrator.

OBJECTIFS

De s'initier ou d'améliorer son expertise avec ce logiciel de dessin vectoriel ILLUSTRATOR.

- Produire simplement et rapidement des visuels/dessins en tracé vectoriel.
- Pouvoir préparer des fichiers destinés à la photogravure ou à l'imprimerie.
- Maîtriser le processus de conception graphique dans sa globalité.

Programme de formation

INTRODUCTION

- Qu'est ce que le dessin vectoriel
- Caractéristiques d'un document Illustrator
- Relations avec les autres logiciels

INTERFACE DU LOGICIEL

- Plan de travail
- Affichage
- Calques/Sous calques
- Grilles et repères
- Point de référence
- Palette de couleur (CMJN/Pantone/RVB/Web)
- Outils

COURBE DE BÉZIER

- Manipulation et maîtrise de l'outil plume
- Point d'ancrage / Bras de levier
- Outil de tracé simples

NOTION D'OBJET

- Ordre de superposition
- Association / dissociation
- Verrouillage / Déverrouillage
- Masquer un objet

MANIPULATION DU TEXTE

- Texte libre, Bloc texte, curviligne
- Fond et contour
- Dégradés de couleurs linéaires et radiaux
- Motifs de fond
- Effets

ENREGISTREMENT, IMPRESSION ET EXPORTATION

- Enregistrement de base
- Formats de fichiers : AI, EPS, PDF
- Formats destinés à l'impression papier

Ces deux formations illustrator permettent de découvrir ou de se perfectionner à la diversité de ce logiciel de dessin vectoriel pour réaliser : des illustrations synthétiques et percutantes, enrichir les visuels avec les effets 3D et artistiques, personnaliser ses créations, mettre en valeur ses textes (titres, accroches...), ou mettre en page efficacement ses publications...

PERFECTIONNEMENT - Illustrator (suite Adobe)

DURÉE

2 jours (14h)

PRÉREQUIS

Requiert des connaissances préalable sur le logiciel Illustrator et connaître l'environnement informatique.

PUBLIC VISÉ

Toute personne devant réaliser des outils de communication (logo, dessin, illustration, graphique, plan, cartographie etc.) et souhaitant apprendre le dessin vectoriel avec illustrator.

Programme de formation

GESTIONS D'OBJETS

- Bibliothèque
- Formes
- Effets de contour
- Pathfinder
- Concepteur de forme
- Masques d'écretage
- Outils de coupe : ciseaux, cutter, gomme
- Dégradés de formes
- Transformation
- Outils déformation...

IMAGES

- Importer - Recadrer
- Masques d'écretage
- Vectoriser les images

ENREGISTREMENT, IMPRESSION ET EXPORTATION

- Formats destinés à l'impression papier
- Exportation des fichiers

MÉTHODE

Pour l'ensemble des modules ci-dessus des exercices pratiques sont réalisés par le stagiaire. Une participation active sur micro-ordinateur est prévue pour chaque outil du logiciel à partir d'exemples concrets (photo, illustration, dessin, texte).

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Un ordinateur équipé du logiciel est utilisé pour la formation. Une documentation technique est remise au stagiaire à l'issue de la formation (synthèse des éléments de formation).

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Un examen final de mise en page COMPLET permet de noter le candidat sur sa capacité à utiliser les outils du logiciel dans sa globalité. Un QCM permet de valider ses connaissances théoriques.



Évaluez votre niveau de connaissance sur Illustrator pour organiser au mieux votre apprentissage ou perfectionnement sur illustrator (adobe)



PRE-INSCRIPTION EN LIGNE

INITIATION - Indesign (suite Adobe)

DURÉE

3 jours (21h)

PRÉREQUIS

Ne requiert pas de connaissance préalable mais connaître l'environnement informatique.

PUBLIC VISÉ

Toute personne devant réaliser des outils de communication (brochure, catalogue, dépliant, rapport d'activité, lettre mailing, publipostage, carte de visite etc.) et souhaitant améliorer sa maîtrise de la mise en page avec indesign.

OBJECTIFS

Comprendre l'environnement de la PAO et la chaîne graphique pour gérer la production de documents

- Produire simplement et rapidement des visuels/dessins en tracé vectoriel.
- Pouvoir préparer des fichiers destinés à la photogravure ou à l'imprimerie.
- Maîtriser le processus de conception graphique dans sa globalité.

Programme de formation

INTRODUCTION

- Définition de la PAO
- Réflexion sur le type de document (affiche, brochure, flyer, chemise à rabat...) et destination finale du document (Print ou Web)

PRÉPARATION D'UN DOCUMENT

- Choix des formats et orientation
- Marges et colonnes
- Fonds perdus

ESPACE DE TRAVAIL

- Calque
- Grilles et repères
- Point de référence
- Nuancier/Bibliothèque

OUTILS

- Création des blocs : image, texte, objet
- Sélection d'objets
- Verrouillage
- Aspect des objets : fond, contour
- Effets d'objet, effets d'angle
- Formats de fichiers
- Importer, cadrer des images
- Gérer les liens

TEXTES

- Les caractères - Styles de caractères
- Paragraphes - Styles de paragraphes
- Position de texte (justifications, interlignages, espaces)
- Textes curvilignes (sur tracé)
- Tabulation/coupures de mots
- Filet de paragraphe
- Recherche/remplacer
- Lettrines

MISE EN PAGE TEXTES ET IMAGES

- Gestion des pages, gabarit, folioter les pages
- Alignement et transformation
- Chaînage des textes et pages
- Habillage de texte
- Sommaire dynamique

FINALISATION ET EXPORTATION

- Contrôle en amont dynamique (vérification)
- Assemblage du fichier
- Préparation du fichier pour l'export
- Exportation PDF : PDF haute définition et PDF optimisé pour le web

Ces deux formations indesign permettent de découvrir ou de se perfectionner à la diversité de ce logiciel de mise en page (PAO) pour réaliser : des catalogues, des brochures, des rapports ou tous documents d'édition élégants et percutants, mettre en forme un texte de manière artistique, personnaliser nominativement un mailing publicitaire, créer des gabarits et des styles pour automatiser des actions, ou créer des publications graphiques et esthétiques (flyer, affiche, dépliant...).

PERFECTIONNEMENT - Indesign (suite Adobe)

DURÉE

2 jours (14h)

PRÉREQUIS

Requiert des connaissances préalable sur le logiciel Indesign et connaître l'environnement informatique.

PUBLIC VISÉ

Toute personne devant réaliser des outils de communication (brochure, catalogue, dépliant, rapport d'activité, lettre mailing, publipostage, carte de visite etc.) et souhaitant améliorer sa maîtrise de la mise en page avec indesign.

Programme de formation

TEXTES

- Notes de bas de page
- Fusion de données

LIVRES

- Création d'un livre
- Exportation pdf du livre

GABARITS

- Gestion gabarit parents/enfants
- Libérer les éléments d'un gabarit

TABLE DES MATIÈRES

- Mettre en forme la table des matières
- Modifier la table des matières
- Créer un style de table des matières

TABLEAU

- Créer un tableau, l'importer de Word ou Excel
- Formater, fusionner les cellules
- Mise en couleur du tableau

OBJET ET PLUME DE BÉZIER

- Présentation de la plume de bézier
- Explication de l'outil
- Les alignements

MÉTHODE

Pour l'ensemble des modules ci-dessus des exercices pratiques sont réalisés par le stagiaire. Une participation active sur micro-ordinateur est prévue pour chaque outil du logiciel à partir d'exemples concrets (photo, illustration, dessin, texte).

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Un ordinateur équipé du logiciel est utilisé pour la formation. Une documentation technique est remise au stagiaire à l'issue de la formation (synthèse des éléments de formation).

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Un examen final de mise en page COMPLET permet de noter le candidat sur sa capacité à utiliser les outils du logiciel dans sa globalité. Un QCM permet de valider ses connaissances théoriques.



Évaluez votre niveau de connaissance sur indesign pour organiser au mieux votre apprentissage ou perfectionnement sur indesign (adobe)



PRE-INSCRIPTION EN LIGNE



DIGITAL - Stratégie Digital

COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE STRATÉGIE DIGITAL / WEBMARKETING

Descriptif de formation

Cette formation permet de comprendre le fonctionnement du marketing digitale. La stratégie digitale est un composant de votre stratégie de communication traditionnelle. Mieux comprendre les principes et les enjeux clés de la stratégie webmarketing c'est essentiel pour accroître la visibilité de votre entreprise sur le net. Le référencement, les blogs, l'emailing, le bigdata, l'IA, les réseaux sociaux, la e-reputation et la veille digitale, sont décryptés de façon pratico-pratique pour vous permettre de mieux comprendre les leviers de croissance digital pour votre entreprise.

Objectif

Les clés du webmarketing

A qui s'adresse cette formation ?

Responsables marketing ou commercial, community manager, responsables de la communication, mais aussi gérants de boutiques de e-commerce, créateurs d'entreprises ou d'entreprises...

Prérequis

Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.

DURÉE : 2 JOURS - 14H.

Programme de formation

1 - STRATÉGIES, MOYENS ET OBJECTIFS POUR PRATIQUER PLEINEMENT LE WEBMARKETING

- Définir les objectifs, moyens, cibles de la campagne et la structurer.
- Les clés d'une stratégie marketing digital : transparence, interactivité, géolocalisation et visibilité 365 jours par an - 7J/7 - 24h/24.
- Enjeux du cross canal : clé des stratégies de conversion et de fidélisation.
- Organiser & planification de ses actions (médias sociaux, google my business, pub online...)

2 - LES DIFFÉRENTS SUPPORTS ET MOYENS POUR ASSURER SA VISIBILITÉ SUR LE WEB

- Tour d'horizon des différents vecteurs de visibilité sur le web : blog, forum, réseaux sociaux, emailing, site web, influenceurs... la communication digital 360°
- Le SEA ou «référencement payant» : atouts et inconvénients, les différentes solutions existantes.
- Le SEO ou «référencement naturel» : atouts et inconvénients, la façon dont fonctionne Google. [voir notre formation écrire pour le

web]

- Le SMO ou «social média optimisation» : atouts et inconvénients [voir nos formations choisir son réseau social - les fondamentaux de facebook - les fondamentaux de linkedin]
- Le marketing relationnelle (campagne emailing, SMS, landing page)
- Big data et IA (intelligence artificielle) au service de votre croissance

3 - GOOGLE : QUI EST-IL, QUE VEUT-IL ?

- Qui est Google, quels sont ses objectifs et comment en tirer avantage.
- Principes de fonctionnement du moteur de recherche : Serveurs, robots, indexation et crawl.
- L'algorithme de positionnement : qu'est-ce que c'est ? Comment le maîtriser et en tirer avantage alors qu'il est tenu secret ?

4 - E-RÉPUTATION ET VEILLE ORGANISATIONNELLE

- Les outils pour suivre sa réputation en ligne
- Modération et interaction avec les internautes
- initiation à la communication de crise

COMPRENDRE ET CHOISIR SON RÉSEAU SOCIAL

Descriptif de formation

Cette formation permet de mieux comprendre quel réseau social est le plus adapté pour une entreprise B2B (business to business) ou B2C (business to consumer), pour une PME, une marque ou un grand groupe ? Cette formation permet de définir les réseaux sociaux pertinents pour votre entreprise et également de lister les fonctionnalités et avantages des principaux réseaux sociaux (facebook, twitter, linkedin, instagram...). Quel que soit le réseau social que vous choisirez à l'issue de cette formation, la présence sur le web nécessite une stratégie préalable.

Objectif

Comment choisir un réseau social adapté pour votre organisation (entreprise / association / organisme public) ?

A qui s'adresse cette formation ?

Toute personne débutant sur réseaux sociaux et désirant se familiariser avec ces outils.

Prérequis

Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.

DURÉE : 2 JOURS - 14H.

Programme de formation

1 - IDENTIFIER LES NOUVEAUX USAGES DU DIGITAL

- Les internautes acteurs de leur communication.
- Définition et usages des réseaux et des médias sociaux.
- Marketing relationnel et Brand content.

2 - UTILISER LES RÉSEAUX ET LES MÉDIAS SOCIAUX

- Les caractéristiques des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Tumblr, Periscope, Snapchat,....
- Facebook : les différents formats : profil, page, groupe ; l'audience / reach naturel ou organique et l'audience / reach publicitaire).
- Twitter : fonctionnalités et usages ; le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...

- intérêt pour une entreprise.
- LinkedIn et Viadeo : usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ; intérêt et usages par les entreprises ;
- Instagram, Pinterest, Snapchat : picture marketing : communiquer par l'image.
- La vidéo : Youtube : les mash-up et les chaînes. Vidéo sur Facebook et Facebook Live. Periscope.

3 - L'E-REPUTATION ET LA VEILLE EN LIGNE

- Identité numérique, personal branding et e-reputation.
- Mettre en place un dispositif de veille.



**PRE-INSCRIPTION
EN LIGNE**

Témoignage client

Depuis 20 ans, Alexis Desjeux initie les étudiant.e.s du DUT «Com» aux secrets de l'édition print et web : quelle charte graphique, quels textes, quels visuels, quel support... pour quel message et pour quelles cibles ? Ancien de notre IUT, qui l'a formé, il donne aujourd'hui de son temps pour former les jeunes à son tour et les accompagner dans leur professionnalisation. Il aime et il sait transmettre son expérience et son savoir faire, évoquer son métier d'éditeur de contenus et de directeur d'agence, donner envie, éveiller les curiosités. Lui-même est toujours très au fait de l'actualité de la communication : c'est vraiment un éditeur « à la page » ! Merci, professeur.

Laurence Guellec - Responsable du DUT Communication des organisations - IUT Paris Descartes



DIGITAL - Community Management

CRÉER ET ANIMER SON PROFIL LINKEDIN



Descriptif de formation

Cette formation permet de comprendre le fonctionnement du réseau social LinkedIn. LinkedIn est un composant essentiel du dispositif de communication digitale

de l'entreprise, en particulier pour travailler sa marque employeur (recrutement). LinkedIn est devenu indispensable pour établir une stratégie de visibilité en ligne. Notre formation vous permettra d'avoir les éléments essentiels à la création, la personnalisation et l'optimisation de votre profil LinkedIn [profil personnel et page d'entreprise, d'association ou d'organisation (ONG...)]. Vous pourrez ainsi maîtriser toutes les fonctionnalités de ce réseau social professionnel. Cette formation vous aidera à définir une stratégie digitale, votre plan d'actions rédactionnel et à créer une page LINKEDIN pro utile et efficace pour développer la notoriété de votre marque / entreprise / association.

Objectif

Comment créer et animer son réseau social LinkedIn ?

A qui s'adresse cette formation ?

Des webmasters, community managers, webmarketers, responsables marketing et responsables communication. Tout néophyte sur les réseaux sociaux.

Prérequis

Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.

DURÉE : 2 JOURS - 14H.



**PRE-INSCRIPTION
EN LIGNE**

Programme de formation

1 - LINKEDIN : ÉLÉMENTS STRATÉGIQUES ET ENJEUX

- Mesurer le potentiel commercial et relationnel de LinkedIn
- Définir une stratégie pour l'entreprise ou la marque (objectifs).
- Préparer un plan d'actions pour sa page LinkedIn (planning rédactionnel)

2 - CRÉER SON PROFIL LINKEDIN

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

3 - ANIMER ET ADMINISTRER LA PAGE FACEBOOK

- Gérer l'administration de la page et les contributeurs.

- Définir les contenus et le process éditorial (édition/validation).
- Écrire, créer l'événement, dialoguer avec les visiteurs et les contacts.
- Gérer une crise sur LinkedIn.

4 - CRÉER DES PUBLICATIONS SUR LINKEDIN

- Rédiger un post
- Rédiger un article
- Promouvoir son article

5 - ANALYSER STATISTIQUES ET INSIGHTS

- Analyser les comportements des visiteurs et des contacts. Mesurer le ROI des actions.

CRÉER ET ANIMER SA PAGE FACEBOOK



Descriptif de formation

Cette formation permet de comprendre le fonctionnement du réseau social facebook. Facebook est devenu une composante essentielle du dispositif

de communication digitale de l'entreprise. La présence de nombreux fans potentiels incite les marques mais aussi les entreprises, les associations, et les institutions du secteur public à se rapprocher de leur audience sur le plus populaire des réseaux sociaux. Cette formation vous aidera à définir votre plan d'actions et à créer une page Facebook pro utile et efficace et à suivre votre audience.

Objectif

Comment créer et animer votre page facebook ?

A qui s'adresse cette formation ?

Webmaster, community manager, webmarketer, responsable marketing, responsable communication.

Prérequis

Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.

DURÉE : 2 JOURS - 14H.

Programme de formation

1 - FACEBOOK : ÉLÉMENTS STRATÉGIQUES ET ENJEUX

- Mesurer le potentiel commercial et relationnel de Facebook.
- Définir une stratégie pour l'entreprise ou la marque.
- Préparer un plan d'actions pour sa page Facebook.

2 - CRÉER SA PAGE FACEBOOK

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

3 - CONNECTER LA PAGE FACEBOOK

- Partager du contenu sur d'autres pages Facebook.

4 - ANIMER ET ADMINISTRER LA PAGE FACEBOOK

- Gérer l'administration de la page et les contributeurs.
- Définir les contenus et le process éditorial (édition/validation).
- Écrire, créer l'événement, dialoguer avec les visiteurs et les fans.
- Gérer une crise sur Facebook.

5 - ANALYSER STATISTIQUES ET INSIGHTS

- Analyser les comportements des visiteurs et des fans. Mesurer le ROI.

Témoignage client

On a pu travailler sur le fond ce qui ouvre de nombreuses pistes. Cette formation est complète et va même au delà de mes attentes » « Ta manière d'être, d'expliquer les choses, ton discours et bien sur le contenu ! C'est vraiment tes points forts. Les supports sont biens en complément du discours. les exemples sont tops et pertinents. PARFAIT ! vraiment tout est pile dans mes attentes pour professionnaliser notre stratégie de communication digitale.

Protection Civile du Maine et Loire – Formation sur la stratégie digitale et Instagram



DIGITAL - Référencement naturel (SEO)

COMMENT RÉDIGER POUR LE WEB ?

Descriptif de formation

Cette formation permet de comprendre le fonctionnement de l'écriture pour le web. Le référencement de votre page sur internet (référencement naturel SEO) est un composant essentiel pour accroître la visibilité de votre entreprise sur le net. Les techniques d'écritures rédactionnelles permettent d'optimiser le contenu sémantique des pages de votre blog ou site web responsive, pour une visibilité optimum sur les moteurs de recherche. Cette formation vous aidera à définir les expressions clés ou mots-clés susceptible d'améliorer votre positionnement dans les résultats (SERP) de google.

Objectif

Maîtriser les technique de rédaction & d'optimisation pour le web.

A qui s'adresse cette formation ?

Responsables marketing ou commercial, community manager, responsables de la communication, mais aussi gérants de boutiques de e-commerce, créateurs d'entreprises ou d'entreprises...

Prérequis

Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.

DURÉE : 2 JOURS - 14H.

Programme de formation

1 - MESURER L'IMPACT DE LA LECTURE À L'ÉCRAN SUR LA RÉDACTION DES CONTENUS

- Comprendre le nouvel écosystème de l'information = une communication 360°.
- Connaître les algorithmes des moteurs de recherche et maîtriser le référencement naturel.
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux et ses différentes cibles : publier au bon moment et optimiser sa rédaction de tweets, de posts Facebook, d'un snap et d'un post LinkedIn.

2 - UTILISER DES TECHNIQUES D'ÉCRITURE ADAPTÉES POUR UN SITE WEB

- Analyser la sémantique du sujet et définir les mots-clés (générique et longue traine) en lien avec le service et/ou le produit
- Analyser la concurrence et les mots-clés stratégique (outils et logiciel open source en ligne)

3 - ÉCRIRE ET ADAPTER DES ARTICLES EXISTANTS

- Structurer ses textes : message essentiel « informationnel ou transactionnel », angle et

définition du sujet de la page.

- Structurer les titres et description de la page : balise TITLE, H1, sous titre H2 etc.
- Concevoir et mettre en scène les liens hypertextes pour renforcer la sémantique de la page et créer un maillage intelligent autour de la notion de « cocon sémantique »
- Décliner les genres journalistiques : brève, interview, reportage.
- Enrichir son contenu textuel avec des éléments plurimédias appropriés : infographies, photos, vidéos, son... légende et méta description des images et vidéo

4 - ETUDE DE CAS (SITE D'UN PARTICIPANT)

- Identification participative des erreurs à corriger
- Identification participative des optimisations à mener
- Identification participative des améliorations qui pourraient être apportées

5 - ANALYSER STATISTIQUES ET SUIVI DU TRAFIC

- Analyser les comportements des visiteurs via google search consol. Mesurer le ROI (Retour sur Investissement) de vos actions.

Formateur



Alexis Desjeux

C'est avec les autres que l'on grandit. Le partage, la mobilité & l'échange amène l'innovation et le mouvement positif vers l'avant ! C'est au contact de l'autre que l'on se construit en insufflant un CAP, en donnant du SENS, pour permettre à chacun de s'épanouir avec ENVIE et une ÉNERGIE POSITIVE CRÉATRICE de VALEURS dans la durée.

« L'audace a du génie de la force et de la magie, alors n'hésitez pas faites le ! »

Citation de Goethe

➤ Depuis 1999

Enseignant professionnel - formation initiale

Université Paris V René Descartes - PRES Sorbonne Paris Cité. (Paris)

Stratégie de communication (print et digitale) - Chaîne graphique & fabrication - PAO

(DUT de communication d'entreprise 1^{er} et 2^e années)

➤ Depuis 2003

Enseignant professionnel - formation initiale

Université Catholique de l'Ouest (Angers)

Comprendre les mécanismes & les enjeux de la communication - initiation aux outils numériques (site web, référencement naturel, emailing...) - PAO

(Licence et master - communication - histoire de l'art - LEA)

➤ De 2008 à 2015

Enseignant professionnel - formation initiale

Université de Rouen - IAE de Rouen (Rouen)

Chaîne graphique & fabrication - Maîtrise de la suite adobe indesign, photoshop et illustrator

(Master Science du management spécialité Marketing)

➤ Depuis 2006

Fondateur de l'agence conseil en communication et formations DESJEUX CREATIONS

Gestion commerciale, administrative, stratégique, artistique et suivi de fabrication auprès des fournisseurs.

J'interviens dans les organisations en formation continue, en présentiel et en distanciel (FOAD).

Les fondamentaux de la communication - Audit d'image - Marketing relationnel - Concevoir et déployer le plan de communication (cross canal print & digital / médias et hors-médias) - Identité visuelle & Design graphique, Relations presse (médias), Événementiel, Stratégie digitale & Site responsive - Webmarketing.

Modalité et délais d'accès à nos formations

1^{ère} étape : entretien téléphonique avec le stagiaire pour bien cerner les besoins de formation

2^e étape : envoi du devis / convention de formation sous 24/48h - inclus les dates de la formation

3^e étape : envoi des invitations à la formation - récapitulatif des dates et des prérequis à la formation (matériel PC, salle, paper board, connexion internet, accès aux comptes (ID et Mot de passe) en ligne (réseaux sociaux, site web, licence logiciel...)

4^e étape : lancement de la formation sous 3 à 30 jours ouvrés en fonction de nos plannings et du retour de votre OPCO sur l'accord de formation (sous réserve de validation datée et signée de la convention de formation)

5^e étape : évaluation après la formation de votre satisfaction (questionnaire et échange de vive voix) feuille d'émargement datée et signée

6^e étape : échange avec le DRH et/ou l'OPCO pour connaître les points de vigilances et de satisfaction (échange téléphonique et/ou synthèse par mail)

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE IA ET FORMATION EN COMMUNICATION : SYNERGIE ET PERSPECTIVE



Apprendre à utiliser l'intégrer l'intelligence artificielle IA dans la formation en communication, sans perdre son humanité, c'est prendre une longueur d'avance pour être plus efficace et plus rapide au quotidien. Mais l'essentiel est bien de rester dans l'émotion, la créativité, les valeurs de votre organisation (ADN) car l'IA est un outil AU SERVICE de l'humanité.



Agence conseil en communication et en formations

www.desjeuxcreations.fr

10, route de l'Izenelle • 49250 Beaufort en Anjou
Mail : contact@desjeuxcreations.fr - 02 41 47 02 75 - 06 31 45 32 60

