

La formation en résumé

Une stratégie web performante a pour objectif de construire une relation durable avec les clients et prospects de l'entreprise. A l'heure du collaboratif et du conversationnel, le site n'est plus seul à porter l'image et l'offre. En conséquence la mesure du retour sur investissement se complexifie

Objectifs :

- Acquérir toutes les compétences et outils nécessaires pour gérer, mettre en oeuvre et développer la visibilité de son Entreprise sur Internet

Participants :

- Toute personne en charge de la communication Web dans son entreprise

Prérequis :

- Etre à l'aise avec Internet et l'environnement informatique. Des connaissances en marketing est un plus.

3 267 €

(non assujetti à la TVA)



09 jours (63 heures) ou 10 jours (70 heures)



Certificat de compétences en entreprise

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction. Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification. Nombre de stagiaires : 3 à 10. animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

La formation en résumé

Cette formation propose aux participants de découvrir l'intégralité des leviers webmarketing afin de mettre en place une stratégie globale de visibilité sur le web et optimiser le retour sur investissement. Référencement naturel et marketing d'influence, réseaux sociaux et Community Management, référencement payant et market place, e-mailing et CMS, analyse du ROI

Objectifs :

- Comprendre les leviers de l'efficacité sur internet
- Avoir les outils et méthodes pour organiser sa stratégie numérique au meilleur coût
- Savoir dialoguer avec les agences digitales

Participants :

Formation destinée aux communicants et porteurs de projet souhaitant une visibilité globale sur le web

Prérequis :

- Maîtriser la navigation web

Le contenu

Le web d'aujourd'hui : social et communautaire

- L'écosystème digital : hébergement et nom de domaine, typologies de sites, notions de CMS, différents contenus et fonctionnalités du web
- Le comportement des internautes : e-commerce, réseaux sociaux, génération de leads
- Une adaptation constante à la mobilité : sociale, locale, mobile
- Le cloud computing améliore la performance de votre entreprise"

Construire et présenter une stratégie internet

Construire sa stratégie webmarketing

- La définition de ses objectifs et KPI
- Les cibles et personas : facteur clé de succès d'une stratégie réussie
- Le positionnement de marque

Développer sa visibilité sur le web : Les leviers du webmarketing

- Le référencement naturel et l'inbound marketing
- La publicité sur Internet et le référencement payant
- Les réseaux sociaux et l'e-réputation
- L'emailing et le marketing automation

Mener son projet

- La définition du projet et la construction d'un cahier des charges efficace
- Les différents métiers du « web »
- Méthodologie et budget

Améliorer votre performance avec les outils du web

- Les outils liés aux médias
- Les outils webmarketing

710 €

(non assujetti à la TVA)

**2 jours****2 jours (14 heures)****-10%**

Formation en tandem avec :
Inbound Marketing : faites venir les internautes vers votre entreprise

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 08/11, 09/11

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

La formation en résumé

Le référencement naturel permet à un site web de se positionner correctement sur les moteurs de recherche en fonction des requêtes de l'internaute. Au-delà des critères techniques, sémantiques et ergonomiques relatifs aux bonnes pratiques du référencement, la formation propose une réflexion sur les nouvelles tendances de communication et de marketing dont l'inbound marketing. Enfin, la formation aborde les principaux aspects de l'analyse des données web avec la découverte de Google Analytics.

Objectifs :

- Connaître les principales techniques de référencement
- Optimiser votre référencement naturel
- Comprendre le fonctionnement de Google

Participants :

Formation destinée aux communicants et porteurs de projet souhaitant communiquer sur leur entreprise via le web et acquérir une visibilité.

Prérequis :

- Maîtriser la navigation web

Le contenu

Le référencement naturel : de quoi parle-t-on ?

- Le fonctionnement des moteurs de recherche
- L'arrivée des algorithmes de Google en Europe
- Les tendances de visibilité : l'inbound marketing

Les optimisations techniques et ergonomiques

- Les indispensables : balises, serveur, sitemap...
- L'URL et les noms de domaine
- L'expérience utilisateur : graphisme et navigation

Le référencement naturel : outil de communication centré sur le contenu

- La création de contenu pour attirer des visiteurs
- La création d'un blog professionnel et les bonnes pratiques pour l'animer
- Les réseaux sociaux comme levier de visibilité et de popularité

Le référencement naturel : outil marketing

- L'utilisation des liens pour être trouvé
- La stratégie de linking à mettre en place
- Le développement de sa marque et l'optimisation de sa notoriété grâce aux partenariats

Les outils du référencement naturel : outil de quoi ?

- Les outils généralistes
- Les outils plus spécifiques

360 €

(non assujetti à la TVA)

**1 jours**

1 jour (7 heures)

**-10%**

Formation en tandem avec :
Créer un site Web avec la solution Wix
Ou
Le référencement naturel niveau avancé

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 13/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

Rédiger des contenus performants en prenant en compte l'expérience utilisateur (UX)

Marketing Digital -

La formation en résumé

La rédaction sur le web ne s'improvise pas et requiert de nombreuses techniques et bonnes pratiques pour une lecture efficace sur un écran. Avant de se lancer dans la rédaction de contenus sur un site web ou un Blog professionnel, il est impératif de connaître les étapes de la création d'une charte éditoriale garante de la bonne communication entre une entreprise et son entourage professionnel.

Objectifs :

- Découvrir les impératifs de rédaction sur le Web et comprendre les incidences de la rédaction
- Être capable de gérer la mise en place du contenu d'un site Internet
- Découvrir les modes de présentation de votre entreprise sur le Web

Participants :

Formation destinée aux communicants et porteurs de projet souhaitant acquérir des compétences rédactionnelles sur le web

Prérequis :

- Maîtriser la navigation web

360 €

(non assujetti à la TVA)



1 jours



1 jour (7 heures)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

• 19/11

Le contenu

Enjeux et spécificités de la rédaction sur le web

- Pourquoi rédiger pour le web ?
- Les spécificités de la lecture sur le web et la méthodologie
- Adapter ses contenus à la mobilité
- Les enjeux du contenu dans le référencement naturel
- Les caractéristiques de la lecture sur le web : chemins de lecture, contraintes, zones de chaleur, ...
- Le site web au cœur de la stratégie de visibilité

Organiser et planifier sa stratégie de contenu

- La définition des objectifs et des personas
- La charte éditoriale : outil indispensable de la cohérence de l'entreprise
- Le choix des messages et supports
- Un outil clé à la portée de toutes les entreprises : l'animation d'un blog professionnel
- La planification et le rubricage

Initiation à l'UX (Expérience Utilisateur)

- L'ergonomie au service de ses contenus
- L'ergonomie au service de sa conversion
- L'expérience utilisateur : clé de succès d'un site lu, suivi et d'un internaute fidèle

Rédiger pour ses internautes

- Le Brand content et l'inbound marketing
- Écrire pour optimiser sa notoriété
- Écrire pour générer du trafic qualifié
- Écrire pour crédibiliser son offre et démontrer son expertise
- Écrire pour être partagé

Rédiger pour identifier de nouveaux prospects : améliorer son référencement naturel

- Les règles d'optimisation pour Google
- La requête remplace le mot-clé
- Analyser et optimiser son contenu

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

La formation en résumé

Cette formation propose une présentation détaillée des réseaux sociaux et le fonctionnement de Facebook, Twitter, Viadéo, LinkedIn, Google+, Pinterest, Instagram

Objectifs :

- Comprendre les réseaux sociaux
- Connaître leur fonctionnement
- Créer et promouvoir son profil
- Gérer son e-réputation
- Communiquer grâce aux réseaux sociaux

Participants :

Tout responsable ou collaborateur d'entreprise souhaitant découvrir et utiliser les réseaux sociaux pour valoriser son entreprise

Prérequis :

- La formation s'adresse à un public ayant peu ou pas de connaissances des réseaux sociaux
- Avoir une boîte mail valide et accessible le jour de la formation

360 €

(non assujetti à la TVA)

**1 jours****1 jour (7 heures)****-10%**

**Formation en tandem avec :
Initier sa stratégie de communication sur les
réseaux sociaux**

Le contenu

Connaître les réseaux sociaux

- L'état des lieux et les principaux réseaux sociaux
- Les fonctionnalités principales, les différences et les typologies d'usages
- L'intérêt des réseaux sociaux pour l'entreprise et les conditions préalables
- Un nouveau métier : le community manager
- La notion centrale d'engagement pour les réseaux sociaux
- Le langage social de chaque réseau

Découvrir Facebook

- La différence entre Profil et Page
- Le fonctionnement algorithmique de Facebook
- L'analyse des statistiques pour l'amélioration continue de l'expérience utilisateur

Découvrir Twitter

- La notion d'actualités et de contenus chauds
- Le langage Twitter
- La notion de stratégie d'influence
- Un outil de veille très puissant

Découvrir LinkedIn

- Un réseau social professionnel
- Optimiser son personal branding
- Travailler sa marque employeur
- Introduction au social selling

Découvrir Pinterest et Instagram

- La photo comme vecteur de visibilité
- La notion de stratégie d'influence

Quels contenus sur les réseaux sociaux ?

- La spécificité de la rédaction de contenu sur les réseaux sociaux
- La typologie de contenus et usages

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 22/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponible sur simple demande

Initier sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux

Marketing Digital -

La formation en résumé

Le deuxième niveau de la formation sur les réseaux sociaux propose aux stagiaires une réflexion sur la stratégie à mettre en place sur les médias sociaux en fonction des objectifs et du secteur d'activité

Objectifs :

- Définir une stratégie de communication via les réseaux sociaux
- Intensifier sa présence sur le net
- Recruter, fidéliser des clients
- Animer une communauté
- Mesurer un retour sur investissement

Participants :

Tout responsable ou collaborateur d'entreprise souhaitant rendre la présence de son entreprise dans les réseaux sociaux plus efficace

Prérequis :

- Avoir une connaissance théorique et pratique sur l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux ou avoir suivi la formation "découvrir les réseaux sociaux et leur usages"

360 €

(non assujetti à la TVA)



1 jours



1 jour (7 heures)



-10%

Formation en tandem avec :
Découvrir les réseaux sociaux et leurs usages

Le contenu

Créer sa stratégie social media professionnelle

- Le choix des réseaux en fonction de son secteur d'activité
- Le planning de diffusion : optimiser votre temps et pertinence
- Structurer son contenu : créer une charte éditoriale par réseau
- Quelle stratégie ? Se poser les bonnes questions stratégiques : objectifs, cibles, positionnement
- La place des réseaux sociaux dans la stratégie de communication globale

Brand content : savoir susciter l'intérêt

- Amorcer la visibilité de votre marque sur les réseaux sociaux
- Les règles et pratiques pour être vu ou trouvé
- Les techniques pour fidéliser ses abonnés
- L'expérience utilisateur : miser sur la valeur ajoutée pour séduire les socionauts

Gestion de la relation avec ses socionauts

- La recherche de l'engagement et la proximité avec l'internaute
- Les bonnes pratiques de la modération de ses contenus
- La création d'une communauté et l'aspect participatif des réseaux sociaux
- La gestion de l'e-réputation et des bad buzz : étude de cas

Promouvoir sa page, son compte

- Les campagnes publicitaires

Monitoring et reporting

- Les outils de suivi, de planification et d'optimisation de ses réseaux
- L'analyse des statistiques pour l'amélioration de sa stratégie

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 27/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponible sur simple demande

La formation en résumé

Selon l'IDC (International Data Corporation) d'ici à 2020, environ 1,7 MB de nouvelles informations seront créés chaque seconde pour chaque être humain de la planète. De la grande distribution à la santé, du voyage à l'automobile, chaque secteur devra rapidement adopter les services numériques adaptés.

Objectifs :

- Cette formation a pour objectif de donner une vue d'ensemble des usages du Big data. Elle est destinée à un public souhaitant comprendre les enjeux de la transformation digitale.

Participants :

Chefs d'entreprises, Métiers du Marketing et du digital

Prérequis :

- Cette formation ne nécessite aucun pré-requis

Le contenu

Les fondamentaux du BIG DATA

- Présentation du Big data
- La Business Intelligence vs le Big data
- Les Principales Technologies liées à la digitalisation massive
- Les Principaux défis du Big Data

Les évolutions dans un monde digitalisé

- Les métiers en transformation
- La législation et la CNIL
- Les pré requis pour enclencher un projet data
- Les possibilités offertes par les algorithmes de prédiction
- L'Open data, nouvelles sources de données

USE cases

- Approche technologique
- Approche Métiers

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponible sur simple demande

400 €

(non assujetti à la TVA)

**1 jours****1 jour (7 heures)****-10%**

Formation en tandem avec :
Utiliser, traiter et exploiter vos données : Data Visualization

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 02/10
- 30/11

La formation en résumé

L'e-mailing est devenu le moyen de communication privilégié des entreprises car le retour sur investissement est direct. Cela permet aux entreprises de gagner en productivité et de réduire les coûts. Aussi, la lecture des données issues des campagnes d'e-mailing et de newsletters propose des avantages commerciaux, de fidélisation et de prospection.

Objectifs :

- Créer un e-mailing pour diffuser par mail des informations en nombre à ses contacts

Participants :

Tout dirigeant, collaborateur de PME/PMI, responsable et assistant(e) marketing, chargé(e) de communication

Prérequis :

- Avoir une boîte mail valide et accessible le jour de la formation

Le contenu

Définition et bonnes pratiques de l'emailing

- Le cadre juridique et les obligations légales
- Les bonnes pratiques et les optimisations
- Adapter sa stratégie d'emailing à l'expérience utilisateur

Mise en pratique et étude de l'outil Mailchimp

- La présentation de l'outil
- La création d'une campagne
- Le template et la structuration de l'information

La gestion des bases de contact

- Créer un portefeuille de contacts
- La liste de diffusion et la segmentation

Optimisations techniques

- Le template et la charte graphique
- La structure de vos e-mailings

Retour sur Investissement et stratégie Marketing

- Lire et analyser les statistiques de sa campagne
- Le choix des bons KPI et la mise en oeuvre des actions correctives
- L'e-mailing dans la stratégie globale de marketing

360 €

(non assujetti à la TVA)



1 jours



1 jour (7 heures)



-10%

Formation en tandem avec :
Emailing : Automatiser vos tâches avec le Marketing automation
Ou
Concevoir vos emailings et newsletters avec Photoshop

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 08/10
- 04/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

Mener des campagnes publicitaires avec Google Adwords

Marketing Digital -

La formation en résumé

En complément du référencement naturel, mettre en place une campagne de référencement payant et publicitaire sur différents supports s'avère très pertinent pour optimiser la communication d'une entreprise et développer sa visibilité sur le web. La formation permet aux entreprises de mettre en place une stratégie de communication et de marketing efficace grâce aux outils de type Google Adwords afin d'analyser directement son retour sur investissement.

Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement de la plus grosse plateforme de communication web : Adwords
- Faire ses premiers pas dans l'interface
- Être capable de paramétrer, d'optimiser sa campagne de communication web

Participants :

Tout dirigeant ou collaborateur souhaitant promouvoir son entreprise sur Google

Prérequis :

- Utilisation courante d'Internet

Le contenu

Définition et stratégie de référencement payant

- Définition du référencement payant et de Google Adwords
- Panorama des différents réseaux de Google Adwords : search, display, vidéo, shopping
- Les différents types de campagnes : textuelles, bannières, vidéo, google shopping, remarketing, remarketing dynamique

Présentation de Google Adwords

- Parler le langage Google Adwords
- La présentation de Google Adwords : l'interface
- Le paramétrage de son compte Adwords

Le fonctionnement de Google Adwords

- L'arborescence de campagne
- Les campagnes dans Adwords
- Les groupes d'annonces
- Les enchères et les concurrences

Création et pilotage d'une campagne de search dans Adwords

- Définir ses objectifs et ses cibles
- La création d'une arborescence : campagne, groupes d'annonces
- La rédaction des annonces, le choix des bons mots-clés

Optimisation de sa campagne

- Les landing Pages
- L'optimisation continue des annonces et des mots-clés
- La lecture et l'analyse des bons KPI

360 €

(non assujetti à la TVA)



1 jours



1 jour (7 heures)



-10%

Formation en tandem avec :
Découvrir et mener les différents types de campagnes publicitaires

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 16/10
- 10/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

La formation en résumé

Le parcours de formation se termine par une découverte approfondie des outils d'analyse du web, dont Google Analytics, relatifs à la mise en place des leviers webmarketing pour analyser le retour sur investissement (référencement naturel, réseaux sociaux, e-mailing, référencement payant, e-reputation). La formation propose aux stagiaires une réflexion autour des principaux indicateurs clés de performance sur le web : le trafic d'un site, les sources de trafic, le parcours de l'internaute, les objectifs...

Objectifs :

- Savoir utiliser les outils d'analyse pour suivre l'évolution de la fréquentation de son site Internet et prendre des décisions

Participants :

Dirigeants, personnes chargées du marketing, de la communication ou du site internet

Prérequis :

- Pour que la formation soit efficace, les stagiaires devront posséder un site web et/ou avoir suivi le parcours de formation webmarketing dans sa globalité

360 €

(non assujetti à la TVA)



1 jours



1 jour (7 heures)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 18/10
- 13/12

Le contenu

Qu'est-ce que la data analyste ?

- Les enjeux de la data analyse pour l'entreprise
- La mise en place d'une stratégie de mesure

Compréhension et choix des KPI

- Les indicateurs de performance
- La comparaison des objectifs
- Lire et analyser ces indicateurs

Paramétrage de Google Analytics

- Mise en pratique : la création d'un compte
- Les paramétrages indispensables pour utiliser l'outil efficacement
- Les différentes vues et la gestion des utilisateurs
- Définition des objectifs en fonction de sa cible
- Google Analytics : la présentation de l'interface et la définition des principaux indicateurs

Les différentes sources d'information

- L'audience de votre site Web : connaître ses internautes
- Les sources d'acquisition de trafic et le retour sur investissement de votre communication
- Le comportement des internautes sur votre site
- L'analyse des objectifs et des conversions sur votre site

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

