

CATALOGUE
FORMATIONS 2017

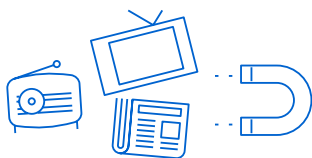


**com
on
light**



FORMATION AUX RELATIONS PRESSE

FAITES DES JOURNALISTES VOS ALLIÉS !



Le pouvoir des médias fait peur. C'est justement parce que la presse constitue le « quatrième pouvoir » qu'il est essentiel d'en faire son alliée ! Un communicant et un journaliste s'associent pour que vous y arriviez.

Cette formation vous donne la stratégie et les outils pour instituer, entretenir, améliorer et évaluer vos relations presse. Alliant théorie et exercices pratiques, elle s'adresse à toute personne en contact direct avec les journalistes et vous aide à mieux comprendre leurs attentes, à identifier vos opportunités de communication presse et à en créer de nouvelles.



OBJECTIFS

- ◉ **BÂTIR** une stratégie de relations presse efficace et l'inscrire dans votre stratégie de communication globale
- ◉ **COMPRENDRE** les besoins du journaliste, identifier les opportunités de communication susceptibles de capter son attention
- ◉ **PERFECTIONNER** la rédaction de vos communiqués de presse et dossiers de presse
- ◉ **SAVOIR RÉPONDRE** à la presse : interviews (face à face, radio, TV) et prise de parole en conférence de presse
- ◉ **ENTRETENIR** un bon relationnel avec la presse
- ◉ **ÉVALUER** ses relations presse et les inscrire dans une démarche d'amélioration continue

PUBLIC : Toute personne amenée à être en contact avec la presse.

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 3 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS : Des exercices filmés reproduisant les conditions d'une interview .

Une **co-animation** permettant un **double apport** : celui d'un communicant ayant l'expérience de relations presse réussies et celui d'un journaliste rompu aux sollicitations des annonceurs.

FORMATEURS

Un consultant en communication, 20 ans d'expérience chez l'annonceur et en agence.

Un journaliste de métier et de formation. A travaillé pour différents médias nationaux et régionaux, écrits (Le Figaro, Midi Libre, Le Provençal), radiophoniques (Radio France) et télévisés (TF1, M6). Formateur au CFPJ, enseignant à Sup de Co Montpellier.

PRÉ REQUIS : Aucun.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard, caméra et micro (media training)

MOYENS D'ENCADREMENT : Les formateurs assurent l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'embarquement datée signée par chaque stagiaire

APPRECIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

**LES « RELATIONS PRESSE »
COMME OUTIL DE COMMUNICATION
STRATÉGIQUE**

- Inscrire les relations presse dans une stratégie de communication globale
- Le fonctionnement d'une rédaction
- Les attentes d'un journaliste
- Les attentes du lecteur et les modes de lecture actuels
- L'impact d'Internet sur les relations presse

LES OUTILS DES RELATIONS PRESSE

- Panorama des outils à disposition : communiqués, dossiers presse, conférences, petits déjeuners, visites, voyages de presse...
- Quels outils pour quelles occasions ?

**PERFECTIONNER LA RÉDACTION DE SES
ÉCRITS ADRESSÉS À LA PRESSE**

- Le communiqué et le dossier de presse : cas concrets et exercices d'application

**FAIRE PASSER VOTRE MESSAGE
ESSENTIEL À L'ORAL**

- Préparer l'interview
- Pratique de l'interview (avec prise de notes, enregistrée, filmée)
- En dire suffisamment... sans vous faire piéger

**BÂTIR UNE RELATION DURABLE
AVEC LA PRESSE**

- Entretenir son relationnel presse et évaluer les retombées

FORMATION À LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

OPTIMISEZ ET DÉVELOPPEZ
VOTRE RELATIONNEL

Selon les travaux de Birdwhistell, en situation d'interaction, plus de 70% du message passe par le relationnel. C'est dire l'importance du non-verbal dans notre communication interpersonnelle. Pour nous faire comprendre, nous mobilisons des ressources non verbales sans, souvent, nous en rendre compte. Cette formation aide à mieux maîtriser son propre non-verbal et apprend à observer et décoder celui d'autrui.

Concrètement, elle apporte des clés et des outils pratiques pour communiquer plus efficacement en situation d'entretien, de face-à-face et de réunion. Elle aide les stagiaires à mettre leur propre non-verbal au service de leur propos. Le bénéfice attendu est celui d'une communication plus fluide, évitant les incompréhensions et les non-dits, et contribuant à une affirmation de soi apaisée.



OBJECTIFS

- **GAGNER** en impact dans ses échanges et mieux convaincre
- **GAGNER** en clarté pour se faire comprendre du premier coup
- **MAÎTRISER** son non-verbal et être capable de l'utiliser au service de l'échange et du message à véhiculer
- **DÉCODER** le non-verbal de son interlocuteur, pour valider sa bonne compréhension
- **IDENTIFIER** les freins à l'échange et mieux les dépasser
- **VAINCRE** le trac et éprouver du plaisir à échanger et communiquer

PUBLIC : Toute personne souhaitant améliorer sa communication interpersonnelle

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 3 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

Des exercices filmés permettant aux stagiaires de prendre conscience de leurs potentiels d'amélioration et de les travailler efficacement.

FORMATEUR : Thomas Piettre Leclair

8 ans à la Direction de la Communication du Groupe PSA Peugeot Citroën. Fondateur de l'agence conseil en communication ComOnLight. A formé de nombreux communicants et dirigeants à la communication interpersonnelle. L'enseigne au CNAM Languedoc Roussillon et à l'ISCOM Montpellier.

PRÉ REQUIS : Aucun.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

COMPRENDRE LES FACTEURS
FAVORISANT LA COMMUNICATION
INTERPERSONNELLE

- Attitudes et comportements
- Identifier les facteurs donnant sens à une situation de communication

SE DONNER DES OBJECTIFS DE
COMMUNICATION

- Quel changement de comportement visé ?
- La clarté : structurer son propos

RECONNAÎTRE L'IMPORTANCE DU NON-
VERBAL

- Le rôle du non-verbal dans notre communication au quotidien

ÉVALUER LES DIFFÉRENTES
MANIFESTATIONS DE SON PROPRE NON-
VERBAL

- Les territoires

- Les distances, les lieux et les configurations d'entretien
- Les postures : en contraction, en approche, en extension
- Les gestes
- Les expressions du visage et les 6 émotions de base
- La voix : tonalité, rythme, contraste...
- Les paumes des mains

AMÉLIORER SON NON-VERBAL EN
SITUATION D'INTERACTION

- En situation d'entretien
- En situation de réunion
- En situation de prise de parole en public

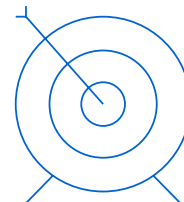
TRAVAILLER SON ATTITUDE

- L'assertivité
- L'empathie au quotidien
- La prescription autoréalisatrice

FORMATION BÂTIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EFFICACE

MAÎTRISEZ LA MÉTHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION

Comment vous assurer que la stratégie de communication que vous envisagez pour votre structure est la meilleure ? Quelle méthodologie et quels indicateurs choisir ? Cette formation a pour vocation d'aider les opérationnels – communicants, mais aussi managers et toutes personnes chargées de bâtir, suivre et évaluer une stratégie de communication – à définir les outils, actions, messages et indicateurs les plus pertinents au regard de leurs objectifs stratégiques.



OBJECTIFS

- ◉ **BÂTIR** une stratégie de communication interne et externe adaptée aux objectifs stratégiques de l'organisation et aux attentes de ses publics
- ◉ **S'ASSURER** de la pertinence de ses messages, axes de communication et choix de supports
- ◉ **PROFESSIONNALISER** sa communication interne / externe
- ◉ **SORTIR** du « pilotage à vue » et développer une vision stratégique de sa communication en l'engageant dans une démarche d'amélioration continue
- ◉ **ADAPTER** son dispositif de communication aux contraintes de l'actualité et saisir les opportunités offertes par le web, le collaboratif, les réseaux sociaux
- ◉ **ANTICIPER** et planifier ce qui peut l'être pour mieux réagir face à l'imprévu

PUBLIC : Dirigeants, responsables et chargés de communication d'organisations privées, publiques et associatives.

DURÉE : 2,5 jours (17,5 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire

Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Une formation-action permettant aux stagiaires de travailler sur leurs propres enjeux
- Une expertise pointue, à la fois globale (stratégie de communication, marketing) et technique (web 2.0, techniques de rédaction, connaissance des médias)

FORMATEUR : Thomas Piettre Leclair

Gérant de ComOnLight depuis 11 ans et formateur depuis 9 ans. Ancien Directeur de la Communication du Groupe Capelle (1 200 salariés), responsable de la communication de l'usine PSA Peugeot Citroën de Rennes (11 000 salariés) et chargé de communication interne managériale du PDG du Groupe PSA Peugeot Citroën (200 000 salariés).

PRÉ REQUIS : Aucun.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire.

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

LES FONDAMENTAUX D'UN PLAN DE COM

- Objectif : garantir la pertinence, planifier, évaluer
- Méthodologie et pré-requis

DÉFINITION DE L'IMAGE VOULUE DE L'ORGANISATION

- Ses objectifs stratégiques
- Sa vision et sa mission
- Son triangle d'identité : ses valeurs, sa « concurrence », ses projets structurants

IDENTIFICATION ET HIÉRARCHISATION DES PUBLICS INTERNES ET EXTERNES

- Hiérarchisation des publics et mesure / évaluation de leur perception / attentes
- Conception d'indicateurs d'évaluation
- Choix et rédaction des axes stratégiques de communication internes / externes
- Formulation des messages clés

POINT SUR LES OUTILS À L'HEURE : PRINT, WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, ÉVÉNEMENTIEL, PRESSE, VIDÉO, MÉCÉNAT...

- Apports et pertinence par rapport aux cibles et objectifs
- Budget, possibilités de mise en oeuvre et de suivi
- Evaluation de cas concrets

CHOIX DES ACTIONS ET OUTILS DE COMMUNICATION

- Elaboration du dispositif de communication interne / externe et du mix media / hors media
- Planification des actions / outils pouvant être anticipés
- Choix des indicateurs de résultat
- Finalisation et formalisation du plan de com

**com
on
light**

Renseignements
et inscription

+33 (0)4 11 93 21 12
info@comonlight.com

51 cour Watt
34000 Montpellier

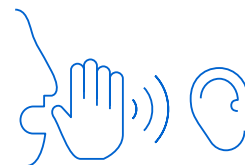


www.comonlight.com
www.infospresse.eu

FORMATION PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

MAÎTRISEZ VOTRE COMMUNICATION ORALE

Etre bon orateur serait une qualité innée, un don plus qu'un talent. C'est faux. Parler en public n'est naturel pour personne, mais peut le devenir pour chacun. Comme disait Paul Valéry, « le naturel, ça se travaille ». Cette formation s'adresse à toutes les personnes désireuses d'améliorer leur efficacité et leur impact lors de prise de parole en public – réunions, soutenances, discours, conférences... Elle leur permet de comprendre les mécanismes à l'oeuvre dans ce type de situations et de mieux les maîtriser.



OBJECTIFS

- ◉ **COMPRENDRE** le fonctionnement du stress et apprendre à le maîtriser
- ◉ **AMÉLIORER** l'impact de son discours pour être écouté, compris, retenu et apprécié !
- ◉ **GÉRER** et adapter son temps de parole
- ◉ **FAIRE** de la prise de parole un moment de plaisir et d'affirmation de soi

PUBLIC : Toute personne amenée à prendre la parole en public

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire

Minimum 3 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des exercices filmés permettant aux stagiaires de prendre conscience de leurs potentiels d'amélioration et de les travailler efficacement.
- Une double approche : sur le verbal (le sens des mots, la pertinence du discours) et le non-verbal (la manière de s'exprimer)
- Notre animateur a formé de nombreux communicants et dirigeants à la communication interpersonnelle.
- Il enseigne la communication interpersonnelle au CNAM Languedoc Roussillon et à Sup de Co Montpellier.

PRÉ REQUIS : Aucun.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

DÉFINIR L'OBJECTIF DE SA PRISE DE PAROLE

- Je communique... dans quel but ?
- De l'objectif découle la structure de mon discours
- Bâtir une argumentation percutante
- Maîtriser son contenu pour se concentrer sur l'auditoire
- Gérer et adapter son temps de parole

TECHNIQUES DE GESTION DE STRESS

- La préparation
- La respiration
- La relaxation
- Techniques de prises de note et de rédaction de fiches
- Autres trucs et astuces

AMÉLIORER L'IMPACT DE SON DISCOURS ET DÉVELOPPER SON NON-VERBAL

- Prendre conscience de son regard, sa gestuelle, sa voix, ses postures, ses gestes
- Accorder son verbal et son non-verbal
- Profiter de l'imprévu pour mieux rebondir : techniques d'improvisation
- Développer son écoute active
- Techniques de reformulation

BÂTIR ET ANIMER UNE PRÉSENTATION EFFICACE

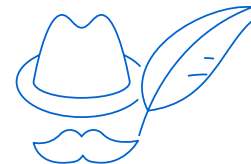
- Bâtir une présentation Powerpoint percutante
- Maîtriser les interactions avec sa présentation et avec l'auditoire

MISES EN SITUATION FILMÉES ET COMMENTÉES

AMÉLIORER SES ÉCRITS PROFESSIONNELS

RÉDIGEZ POUR ÊTRE LU, COMPRIS, APPRÉCIÉ

Un collaborateur efficace ne travaille pas seul. Il communique avec ses collègues, partenaires, clients... Du simple courrier électronique à l'inévitable présentation powerpoint, en passant par le compte rendu de réunion, il s'agit d'informer, rendre compte, se faire comprendre, séduire, motiver... sans perdre de temps ni en faire perdre au lecteur. Comment trouver la forme et les mots justes, efficaces ?



Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant améliorer l'impact et la qualité de ses écrits professionnels, quels qu'ils soient : comptes-rendus, présentations, lettres d'information, rapports d'activité, courriers institutionnels, discours, etc.



OBJECTIFS

- ◉ **AMÉLIORER** la pertinence et l'impact de ses écrits professionnels
- ◉ **RÉDIGER** avec aisance, quel que soit le support
- ◉ **JOUER** avec les possibilités et contraintes inhérentes à chaque type d'écrit
- ◉ **CAPTER** et **MAINTENIR** l'intérêt du lecteur
- ◉ **FAIRE** de ses écrits un vecteur d'image de soi-même et de son entreprise
- ◉ **FACILITER** la compréhension et la mémorisation de ses lecteurs
- ◉ **GAGNER** du temps dans la rédaction
- ◉ **AMÉLIORER** son style



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

MIEUX APPRÉHENDER LES ATTENTES ET COMPORTEMENTS DU LECTEUR

- Panorama des supports écrits les plus utilisés en milieu professionnel
- Les comportements de lecture actuels et la lecture zapping
- Les attentes du lecteur dans le cadre professionnel
- L'influence de la culture web sur nos écrits
- Critères d'efficacité d'un écrit professionnel
- Les règles de base de l'écriture journalistique et leur traduction dans les écrits professionnels

AVOIR LES IDÉES CLAIRES AVANT D'ÉCRIRE

- Optimiser la prise de notes
- De l'utilité d'un plan, même sommaire

- Définir son propos : ce que l'on souhaite que le lecteur retienne

RÉDIGER EFFICACE

- Aller à l'essentiel : pas de suspense
- Envisager chaque écrit comme une démonstration : structurer
- Rendre chaque phrase utile et signifiante : faire court
- Faire clair : des faits, des chiffres, des preuves
- Aller au bout de son idée : pas d'implicite
- Optimiser sa mise en page et multiplier les niveaux de lecture

RÉDIGER À SON IMAGE

- Travailler son style
- Faire de ses écrits des occasions de marquer les esprits

PUBLIC : Ensemble du personnel**DURÉE :** 2 jours (14 heures)**TARIF :** 500 € T.T.C. / jour / stagiaire.
Minimum 2 stagiaires**LIEUX :** Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des exemples concrets, issus du monde professionnel
- Une véritable formation-action permettant de travailler sur les écrits des stagiaires
- Notre formateur est la « plume » de nombreux dirigeants. Il forme des communicants et journalistes à l'écriture journalistique.

PRÉ REQUIS : Maîtrise de la langue et de la syntaxe françaises.**MOYENS PÉDAGOGIQUES :** Cours et exercices pratiques**MOYENS TECHNIQUES :** Ordinateur, projecteur, paperboard.**MOYENS D'ENCADREMENT :** Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION :

Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

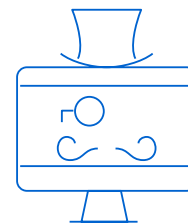
APPRÉCIATION DES RÉSULTATS :

Questions / réponses + QCM en fin de formation

FORMATION WORDPRESS

CRÉER ET GÉRER UN SITE INTERNET AVEC WORDPRESS

Cette formation a pour objectif de vous permettre de créer, paramétrer puis mettre à jour facilement un site Internet en utilisant le gestionnaire de contenus WordPress. A l'issue de la formation, vous serez autonome sur l'ensemble de la chaîne de création du site, depuis la réservation du nom de domaine et de l'hébergement, jusqu'à la mise à jour du contenu, en passant par le choix, l'installation et la personnalisation d'un thème et des plugins incontournables, l'optimisation du site pour le référencement naturel...


 OBJECTIFS

- ◉ **CHOISIR ET RÉSERVER** un nom de domaine et un hébergement de WordPress
- ◉ **INSTALLER** WordPress sur un serveur
- ◉ **CHOISIR ET PERSONNALISER** un thème WordPress
- ◉ **MAÎTRISER** les principales fonctionnalités de WordPress
- ◉ **GÉRER** les fonctions d'actualisation du site
- ◉ **OPTIMISER** le contenu du site pour améliorer son référencement naturel
- ◉ **BÂTIR** et mettre en oeuvre des stratégies et solutions d'e-marketing

PUBLIC : Toute personne amenée à créer, gérer et mettre à jour un site sous WordPress.

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € TTC / jour / stagiaire

Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS : Une approche globale mêlant notions techniques, éditoriales, ergonomiques et design.

FORMATEUR : Un webmaster gérant de multiples sites à titre professionnel.

PRÉ REQUIS : Etre à l'aise avec l'Internet en général. Mais aucune compétence en développement requise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

 PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

INSTALLER WORDPRESS

- Choisir un nom de domaine & hébergement
- Installer WordPress sur son hébergement
- Notions sur les bases de données
- Caractéristiques d'un hébergement performant

COMPRENDRE WORDPRESS

- Le tableau de bord
- Les articles
- Les médias
- Les liens
- Les pages
- L'apparence
- Le menu
- Le portfolio
- Les commentaires

EFFECTUER UNE SAUVEGARDE DU SITE EN LOCAL

- Configurer l'accès au serveur et effectuer une sauvegarde des fichiers
- Comprendre la manière dont sont structurés les fichiers sur le serveur
- Sauvegarder la base de données du site

GÉRER ET METTRE À JOUR LE CONTENU

- Ajouter/éditer un article
- Ajouter/éditer une page
- Gérer les médias / bibliothèques / Galeries
- Écrire et gérer les liens et les catégories de liens
- Gestion des utilisateurs
- Utilisation et gestion des extensions / Widgets
- Installer un plugin
- Connaître les plugins les plus utiles
- Installer / désinstaller un plugin

METTRE À JOUR WORDPRESS ET SES PLUGINS

- La procédure
- La récupération du site en cas de "plantage"

OPTIMISATION DES MÉDIAS POUR LE SITE

- Optimisation des articles & pages pour le référencement
- Gestion des mots-clés / tags / titre

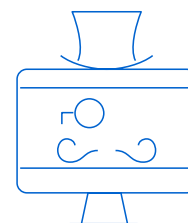
DÉFINIR DES STRATÉGIES ET SOLUTIONS MARKETING

- Panorama des acteurs et des outils de recherche
- Techniques de Search marketing : SEM, SEO, SEA
- Méthodologie pour optimiser son référencement naturel
- Complémentarité entre référencement naturel et liens sponsorisés
- Bâtir une stratégie éditoriale de présence, liant votre site à vos comptes sociaux

FORMATION WORDPRESS

GÉRER UN SITE INTERNET AVEC WORDPRESS

Cette formation a pour objectif de vous fournir les connaissances vous permettant de mettre à jour facilement un site Internet en utilisant le gestionnaire de contenus WordPress. A l'issue de la formation, vous serez autonomes sur les actions les plus courantes permettant d'en actualiser le contenu : pages, articles, textes, images, boutons, liens, menus...



OBJECTIFS

- ◉ **COMPRENDRE** le fonctionnement d'un gestionnaire de contenu
- ◉ **MAÎTRISER** les principales fonctionnalités de WordPress
- ◉ **GÉRER** les fonctions les plus courantes d'actualisation du site
- ◉ **OPTIMISER** le contenu du site pour améliorer son référencement naturel
- ◉ **BÂTIR** et mettre en oeuvre des stratégies et solutions d'e-marketing

PUBLIC : Toute personne amenée à gérer et mettre à jour un site sous WordPress.

DURÉE : 1 jour (7 heures)

TARIF : 500 € TTC / stagiaire. Minimum 2 stagiaires.

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS : Une approche globale mêlant notions techniques, éditoriales, ergonomiques et design.

FORMATEUR : Un webmaster gérant de multiples sites à titre professionnel.

PRÉ REQUIS : Etre à l'aise avec l'Internet en général. Mais aucune compétence en développement requise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'embarquement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

COMPRENDRE WORDPRESS

- Le tableau de bord
- Les articles
- Les médias
- Les liens
- Les pages
- L'apparence
- Le menu
- Le portfolio
- Les commentaires

COMPRENDRE LA PERSONNALISATION DU THÈME

- Les couleurs et polices
- Les styles
- Les polices
- Les header, footer, barre haute
- Les sidebars
- Les boutons
- Les styles des images et survols
- Les zones de widgets
- Les marges et le responsive

GÉRER ET METTRE À JOUR LE CONTENU

- Ajouter/éditer un article
- Ajouter/éditer une page
- Gérer les médias / bibliothèques / Galeries
- Écrire et gérer les liens et les catégories de liens
- Gestion des utilisateurs
- Utilisation et gestion des extensions / Widgets
- Installer un plugin
- Connaître les plugins les plus utiles
- Installer / désinstaller un plugin

METTRE À JOUR WORDPRESS ET SES PLUGINS

- La procédure
- La récupération du site en cas de "plantage"

OPTIMISATION DES MÉDIAS POUR LE SITE

- Optimisation des articles & pages pour le référencement
- Gestion des mots-clés / tags / titre

DÉFINIR DES STRATÉGIES ET SOLUTIONS MARKETING

- Panorama des acteurs et des outils de recherche
- Techniques de Search marketing : SEM, SEO, SEA
- Méthodologie pour optimiser son référencement naturel
- Complémentarité entre référencement naturel et liens sponsorisés
- Bâtir une stratégie éditoriale de présence, liant votre site à vos comptes sociaux

FORMATION GOOGLE ADWORDS

GÉRER ET OPTIMISER SES CAMPAGNES DE LIENS SPONSORISÉS

Le référencement naturel n'est pas tout ! Avoir un certes optimisé est parfois suffisant... et parfois non. Lorsque le domaine d'activité de votre site est fortement concurrentiel, il est utile de compléter le référencement naturel par la mise en place de campagne de liens commerciaux. Cette formation vous permet d'en comprendre le fonctionnement, pour les gérer vous même de A à Z et en optimiser l'efficacité.



OBJECTIFS

- **COMPRENDRE** la manière dont opèrent les moteurs de recherche pour référencer le contenu web
- **IDENTIFIER** les mots et expressions pertinents pour votre campagne
- **CRÉER** des annonces pertinentes et percutantes
- **ADAPTER** vos campagnes à votre budget
- **COMPRENDRE** le reporting de Google et mettre en place des rapports personnalisés
- **ADAPTER** votre campagne dans le temps
- **EN MAXIMISER** le retour sur investissement

PUBLIC : Dirigeants de TPE, toute personne en charge de la communication, du marketing, du référencement, Community Managers

DURÉE : 1 jour (7 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires.

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Vous êtes immédiatement opérationnel pour mettre en pratique la formation
- Un formateur expert des outils Google

PRÉ REQUIS : Etre à l'aise avec l'Internet en général. Mais aucune compétence en développement requise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRECIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

PRÉALABLES

- Créer un compte Google
- Créer un compte Google Analytics
- Créer et paramétrer son compte Google Adwords

CRÉER UNE CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS EFFICACE

- Enjeux et avantages concurrentiels
- Recherche de mots clés pertinents
- Identification des mots clés inutiles
- Critères de pertinence d'une annonce percutante
- Définition d'un budget et pratique des enchères

ACHATS DE MOTS CLÉS : ÉTUDE ET MISE

EN PLACE

- Analyse sémantique (campagnes, groupes d'annonces, mots clés...)
- Utilisation du Google Trends
- Utiliser le Quality Score de Google pour optimiser sa campagne
- Créer sa campagne
- Sélectionner judicieusement l'ensemble des critères (géolocalisation, timing...)

SUIVRE SA CAMPAGNE ADWORDS SUR GOOGLE ANALYTICS

- Vue d'ensemble des fonctionnalités de Google Analytics
- Elaborer des rapports personnalisés
- Maîtriser les outils statistiques et ratio
- Suivre le taux de conversion
- Maximiser le retour sur investissement

FORMATION WEBMARKETING

AMÉLIOREZ LE TRAFIC DE VOTRE SITE
GRÂCE AU WEBMARKETING

Utiliser les techniques les plus efficaces pour mieux cibler, attirer, fidéliser et séduire vos visiteurs, tels sont les principaux objectifs de cette formation. Durant celle-ci, vous découvrirez l'ensemble des bonnes pratiques, stratégies et outils permettant d'accroître l'efficacité d'un site web (institutionnel ou marchand) au regard de ses objectifs stratégiques. Le programme pédagogique aborde à la fois l'optimisation du site à proprement parler (technique, ergonomie, éditorial), et ses interactions avec son environnement web (médias sociaux, newsletters, autres sites, etc.).



OBJECTIFS

- **CIBLER, ATTIRER, FIDÉLISER, SÉDUIRE** vos visiteurs
- **COMPRENDRE** les principaux facteurs / freins à la bonne visibilité d'un site
- **DÉFINIR** les objectifs stratégiques de son site
- **IDENTIFIER** les stratégies, bonnes pratiques et outils permettant de les atteindre plus efficacement
- **OPTIMISER** l'interaction entre votre site et vos comptes sociaux
- **INSCRIRE** votre site dans une démarche d'amélioration continue par l'analyse du comportement de ses visiteurs
- **ÉVALUER** l'efficacité de votre site et des actions de webmarketing mises en place

PUBLIC : Toute personne amenée à gérer un site et développer son trafic.

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € TTC / jour / stagiaire.

Minimum 2 stagiaires.

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS : Une approche globale mêlant notions techniques, éditoriales, ergonomiques et design.

FORMATEUR

Un webmaster gérant de multiples sites à titre professionnel.

PRÉ REQUIS : Etre à l'aise avec l'Internet en général.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

COMPRENDRE LES CLÉS DU WEBMARKETING ET DU DIGITAL MARKETING

- Les attentes des internautes et leurs comportements en BtoC et BtoB
- Les spécificités du webmarketing : stratégies prix, stratégies produits / services, stratégies de distribution et stratégies de communication

MAÎTRISER L'INFORMATION

- De la nécessité d'effectuer une veille
- Mettre en place une veille efficace

OPTIMISEZ VOTRE RÉFÉRENCIEMENT ET VOTRE VISIBILITÉ SUR LE WEB

- Les fondamentaux du référencement : longue traîne, position moyenne, conversion...
- Les dernières évolutions de Google
- Faire un audit de son référencement

- Les trois piliers de l'algorithme de google
- Améliorer les critères de contenu : liens internes / externes, vitesse de chargement, pertinence, balises, syntaxe
- Améliorer les critères techniques : structure, ergonomie, indexation...
- Améliorer les critères de notoriété : linking externe et netlinking

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA EFFICACE

- Définir une stratégie éditoriale
- Concevoir une stratégie de diffusion : identification de la cible, des prescripteurs, planification
- Mettre en place le feedback et l'analyse

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE E-MAILING / NEWSLETTER

- Les avantages et limites de l'e-mailing
- La réglementation

- Se constituer une base de données : propriétaire, louée, achetée
- Les outils logiciel
- Techniques d'optimisation du contenu
- Techniques d'optimisation de la conversion
- Mesurer les performances

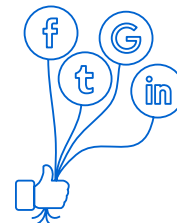
AMÉLIORER SA CONVERSION

- Qu'est-ce qu'un bon taux de conversion ?
- L'optimisation de votre site : recommandations, photos, livraison, AB testing, call to action, formulaires...
- Optimiser son trafic par source de notoriété
- Suivez et pilotez vos performances

RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE+, VIADEO, LINKEDIN, YOUTUBE... MAÎTRISEZ ET DÉVELOPPEZ VOTRE E-RÉPUTATION !

Vous connaissez forcément Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux. Mais maîtrisez-vous vraiment leurs fonctionnalités ? utilisez-vous efficacement leur potentiel ? A l'issue de cette formation vous serez capables de développer, organiser, partager et mesurer votre réputation sur les principaux réseaux sociaux. Cette formation est avant tout pratique, elle vous permettra de travailler sur vos propres pages et comptes.



OBJECTIFS

- **MAÎTRISER** et cibler les principaux réseaux sociaux en fonction de leurs outils, fonctionnalités, audience
- **BÂTIR** une stratégie de présence sur les réseaux sociaux
- **SE DOTER** d'outils permettant d'optimiser sa présence sur les réseaux sociaux et de gagner du temps
- **SE DOTER** d'indicateurs pour développer, suivre et mesurer sa e-réputation
- **DEVENIR** un prescripteur sur le web dans son domaine d'activité
- **CRÉER** du trafic sur son site web pour en améliorer le référencement

PUBLIC : Dirigeants de TPE, toute personne en charge de la communication et du community management

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € TTC / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

PRÉ REQUIS : Etre à l'aise avec l'Internet en général.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

ANALYSE DES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX ET DE LEUR AUDIENCE

- Facebook - Twitter - Google + - Instagram - Pinterest - LinkedIn - Youtube - Les réseaux sociaux sectoriels

DÉFINIR SES OBJECTIFS / CIBLES

- Améliorer sa veille concurrentielle
- Recruter
- Générer des feed back clients
- Prospector
- Développer la réputation de sa marque
- Etre reconnu comme prescripteur sur le web dans son domaine d'activité
- Améliorer le référencement de son site web

BÂTIR UNE STRATÉGIE ÉDITORIALE DE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Quel type de contenu ? quel flux ? quel rythme de publication ?
- Communiquer sur votre entreprise, votre marque

- Organiser le Marketing Viral
- Faites travailler votre communauté grâce au Crowdsourcing
- Social Media Optimization

FOCUS SUR FACEBOOK

- Comment partager sa veille avec ses collaborateurs ?
- Fonctionnement de Facebook
- Créer et utiliser un compte facebook
- Créer et animer votre page Fan
- Connexion entre Facebook et vos autres supports
- Votre publicité sur Facebook

FOCUS SUR TWITTER

- Fonctionnement de Twitter
- Créer et utiliser un compte Twitter
- Connexion entre Twitter et vos autres supports
- Créer du trafic sur vos pages, comptes
- Analyser votre impact sur les réseaux sociaux

METTRE EN PLACE UNE RÉELLE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Rappel des fondamentaux d'une stratégie de communication...
- Le Social Média dans la stratégie de communication globale
- Le Social Média dans sa stratégie Web
- Les différentes options de mise en place d'une stratégie Social Média efficace

LES RÉSEAUX SOCIAUX, UNE COMMUNICATION RENTABLE

- Social Média et Référencement SEO
- Social Média et Publicité en ligne
- Social Média et Analytics Marketing

MAÎTRISER SA E-RÉPUTATION

- Les outils et bonnes pratiques pour faciliter votre veille et la rendre moins chronophage

FORMATION OPTIMISER SON RÉFÉRENCEMENT

SOYEZ VISIBLE SUR GOOGLE !

Cette formation a pour objectif de vous faire découvrir et comprendre comment améliorer son positionnement sur Google par des stratégies efficaces d'optimisation de son référencement, qu'il soit naturel ou payant.



OBJECTIFS

- **COMPRENDRE** la manière dont opèrent les moteurs de recherche pour référencer le contenu web
- **BÂTIR** une stratégie de référencement efficace
- **BÂTIR** des pages au contenu optimisé pour le référencement naturel
- **SAISIR** les opportunités d'optimisation du référencement naturel liées aux réseaux sociaux
- **GÉRER** et mesurer sa e-réputation
- **CONSTRUIRE** avec Google Adwords et analyser avec Google Analytics une campagne de liens sponsorisés efficaces

PUBLIC : Dirigeants de TPE, toute personne en charge de la communication & du référencement.

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € TTC / jour / stagiaire.

Minimum 2 stagiaires.

LIEUX : Nîmes - Montpellier. Intra-entreprise : nous consulter.

PRÉ REQUIS : Être à l'aise avec l'Internet en général.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'embarquement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

QUELQUES RÈGLES SUR LE RÉFÉRENCEMENT

- Un outil pour les marketeurs
- Le comportement de l'internaute / prospect
- Les bases de Google Analytics
- Quelques techniques de recherches avancées sur Google
- L'impact des réseaux sociaux sur la visibilité Web

MÉTHODOLOGIE : SÉLECTION ET TRI DE VOS MOTS CLÉS

- Les 4 critères de tri des mots clés
- Savoir mettre en place sa stratégie de tri afin de disposer de son propre index de mots clés
- Recréer de façon autonome sa propre méthodologie en fonction des évolutions des moteurs de recherche à venir

OPTIMISATION DES PAGES DE VOTRE SITE INTERNET

Les zones chaudes dites de contenu

- Choisir un nom de domaine et des URL efficaces
- Mettre en place une stratégie de titre pertinente
- Construire une stratégie de liens internes sur un site Internet
- Le texte visible : mettre en place une stratégie rédactionnelle spécifique

Les zones chaudes dites de notoriété

- Soigner sa popularité et tisser sa toile de liens (Page Rank, Trust Rank, Netlinking,...)
- Augmenter sa popularité via les médias sociaux
- Utiliser les différents types de réseaux sociaux professionnels
- Blogs, Facebook, Twitter, forums et autres réseaux

CRÉER UNE CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS EFFICACE

- Enjeux et avantages concurrentiels
- Recherche de mots clés pertinents
- Identification des mots clés inutiles
- Critères de pertinence d'une annonce percutante
- Définition d'un budget et pratique des enchères

ACHATS DE MOTS CLÉS : ÉTUDE ET MISE EN PLACE

- Analyse sémantique (campagnes, groupes d'annonces, mots clés...)
- Utiliser le Quality Score de Google pour optimiser sa campagne

FORMATION COMMUNIQUER SUR LE CLIMAT

INCITER EFFICACEMENT À L'ADOPTION DE COMPORTEMENTS SOBRES EN CARBONE

Plus qu'un défi technique, réduire nos émissions Gaz à Effet de Serre (GES) est d'abord un enjeu culturel. Plus de la moitié de nos émissions de GES découle de décisions prises dans la sphère familiale : transport, chauffage, alimentation, biens de consommation. Or, à la maison comme au travail, l'adoption de comportements sobres en carbone ne se décrète pas : elle se suscite. Comment ? Cette formation identifie les freins et leviers d'implication spécifiques à l'adoption de comportements sobres en carbone, et vous permet de bâtir votre propre plan de communication, tenant compte des spécificités de votre organisation, publique ou privée.



OBJECTIFS

- **IDENTIFIER** et comprendre les freins et leviers d'implication spécifiques au thème du climat
- **GAGNER** en pertinence en faisant dialoguer entre eux différents domaines d'expertise : communication, carbone, mais aussi neurosciences, psychologie, sociologie, économie...
- **ELABORER** des stratégies de communication incitant efficacement à l'adoption de comportements sobres en carbone
- **BÂTIR** son propre plan d'actions : axes de communication, messages, choix de supports, indicateurs de résultat
- **APPRENDRE** à « vendre » son plan de communication climat
- **SORTIR** du « pilotage à vue »
- **PILOTER** efficacement une agence de communication sur le sujet
- **ANTICIPER** et planifier ce qui peut l'être pour mieux réagir face à l'imprévu



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

JOURNÉE 1 : IDENTIFIER LES FACTEURS D'ÉCHEC ET DE SUCCÈS D'UN PLAN DE COM' CLIMAT

- Rôles et attentes légitimes vis-à-vis de la communication
- La communication sur le climat : le constat chiffré d'un échec
- Les raisons probables de cet échec
- Les facteurs de succès d'une communication sur le climat

JOURNÉE 2 : ÉLABORER SON PLAN DE COM' CLIMAT

- La méthodologie du plan de com'
- Exemples de plans de com' pouvant être a posteriori définis comme « pertinents »

- La collégialité dans l'élaboration du plan de com'
- Elaboration du cahier des charges pour une agence
- Choix des axes et messages essentiels
- Identification des publics
- Choix des outils et actions
- élaboration de la stratégie créative et de moyens
- Elaboration de la stratégie de concertation
- Elaboration de la stratégie de sensibilisation
- Estimation budgétaire, du timing et des ressources

PUBLIC : Responsables et chargés de mission Plans Climat Energie. Responsables et chargés de communication. Responsables et chargés environnement / RSE.

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € H.T. / stagiaire. Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Une formation-action permettant aux stagiaires de travailler sur leur propre plan de communication climat
- Une approche pluridisciplinaire, alliant une expertise en communication, stratégie carbone, psychologie et sociologie.

FORMATEUR : Thomas Pietre Leclair

Gérant de l'agence conseil en communication responsable Comonlight. Accompagne collectivités et entreprises dans l'élaboration de leurs plans de communication, en particulier dans le cadre de leurs Plans Climat Energie et stratégies de réductions de leurs émissions de GES.

PRÉ REQUIS : Aucun.

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

FORMATION RSE

ENGAGEZ VOTRE ORGANISATION DANS UNE DÉMARCHE CRÉATRICE DE VALEUR POUR VOS PARTIES PRENANTES

Pour que l'on ne vous reproche pas de simplement «surfer sur la vague» ou de «greenwashing», votre investissement dans une démarche RSE se doit d'être crédible : créateur de valeur pour vos parties prenantes, mesurable et mesuré, en lien avec votre cœur de métier. Comment vous y prendre ?

Cette formation vous aide à concevoir une stratégie RSE efficace et pertinente, en évitant les risques et pièges inhérents à ce type de démarche. Elle vous aide à choisir les normes, référentiels et certifications éventuels les plus adaptés à vos enjeux. Elle vous donne les outils pour piloter votre investissement et en mesurer l'avancée. Enfin, elle vous aide à faire de votre stratégie de développement durable un facteur clé de mobilisation en interne, et de différenciation à l'externe.



OBJECTIFS

- IDENTIFIER** les axes et thèmes du « DD » les plus pertinents par rapport à votre activité, vos enjeux, vos publics et vos capacités d'action
 - susceptibles d'améliorer votre impact social / environnemental, mesurables au travers d'indicateurs précis
- IDENTIFIER** vos parties prenantes et mesurer la manière dont elles perçoivent le « DD » en général et votre action en particulier
 - en place un reporting
- CONCEVOIR** des actions réalistes,
 - INSCRIRE** votre engagement dans une démarche d'amélioration continue
 - VALORISER** votre démarche par une communication interne et externe adaptée



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

DÉFINITION DE VOTRE ORGANISATION CIBLE EN MATIÈRE DE DD

- Rappel : concepts, définitions, principes, démarches
- Définitions : Développement durable, RSE, empreinte écologique, IDH, gouvernance, viable, vivable, équitable...
- L'intégration du DD dans le droit, les réglementations, les normes et les référentiels

IDENTIFICATION ET HIÉRARCHISATION DE VOS PARTIES PRENANTES

- Selon leur influence sur la stratégie et la pérennité de votre organisation, puis selon leur satisfaction supposée ou mesurée
- Identification et hiérarchisation des enjeux pertinents du « DD » au regard de la

mission de votre organisation

- Identification des axes stratégiques / secondaires en matière de RSE
- Description de votre organisation cible (projection à 15 ans)

ELABORATION DU PLAN D'ACTIONS

Identification de la perception du « DD » par les Français

- Présentation des dernières enquêtes nationales sur le sujet
- Identification des principes d'une communication responsable et efficace

Déclinaison de l'organisation cible en grandes étapes, et travail sur un plan d'actions à 3 ans

- Identification des faisabilités, actions et indicateurs associés

PUBLIC : Dirigeants de PME, Responsables et chargés de mission DD, QSE, Environnement

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € TTC / stagiaire. Minimum 3 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS : Une formation opérationnelle permettant aux stagiaires de travailler sur leurs propres enjeux.

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'emargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

Elaboration du plan de communication associé

- Impliquer vos collaborateurs dans le choix et la mise en oeuvre de vos actions en matière de DD
- Valoriser vos efforts et résultats en évitant le « greenwashing »
- La rédaction d'un rapport de DD selon les principes de la GRI

FORMATION À LA COMMUNICATION RESPONSABLE

BÂTIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ÉTHIQUE, DIFFÉRENCIANTE ET EFFICACE

Quelle organisation ne met pas en avant ses engagements « durables », ses valeurs, son souci de réduire son impact environnemental, etc. ? La difficulté vient du fait que trop de communication tue la communication : aujourd'hui 38% des Français déclarent ne plus supporter les messages sur l'environnement dans les publicités ! Comment, dans ce contexte, se différencier et porter un message crédible ? comment fédérer ses équipes en interne autour d'une politique de responsabilité ? comment faire de son implication dans ce type de démarche un facteur d'engagement de ses prospects et clients ? Cette formation vous aide à bâtir une stratégie de communication responsable pertinente, en dressant un panorama de l'état de l'art en la matière et en partageant retours d'expérience et bonnes pratiques.



OBJECTIFS

- **IDENTIFIER** les enjeux liés au fait de communiquer sur les caractéristiques « responsables » d'une organisation, de ses produits et/ou de ses services
- **COMPRENDRE** les principes fondamentaux de la communication éthique
- **SE PRÉMUNIR** contre les risques de socialwashing et greenwashing
- **IDENTIFIER** la valeur différenciante de son organisation / offre par rapport à la concurrence
- **SAVOIR** l'exprimer, la prouver et la valoriser
- **CIBLER** les actions à mener en accord avec son activité, ses valeurs et son projet d'entreprise

PUBLIC : Dirigeants de PME, responsables et chargés de communication, responsables et chargés de développement durable / environnement

DURÉE : 2 jours (14 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOT ATOUTS : Une expertise pointue, alliant réflexion théorique et nombreux cas pratiques.

FORMATEUR : Thomas Pietre Leclair, gérant de l'agence de communication spécialisée développement durable ComOnLight.

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

LA COMMUNICATION SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE : L'AUBERGE ESPAGNOLE DE LA COMMUNICATION CORPORATE

- Définition et historique de son acception
- L'essor de la communication privée, publique et médiatique sur le DD
- La perception du DD et de la communication sur le sujet par les Français
- Les raisons de l'échec de la communication sur le DD

OPPORTUNITÉS, RISQUES ET SPÉCIFICITÉS DE LA COMMUNICATION RESPONSABLE

- Eco-communication, communication responsable, communication verte, communication engageante...
- Les guides : le guide d'utilisation de l'ISO 26000 pour la communication, les recommandations sectorielles de l'ARPP, le guide ADEME de l'éco-communication...
- Elaborer un message responsable
- Choisir le support et le mode de diffusion le plus responsable
- Etudes comparées de cas de greenwashing et de campagnes de communication engageantes
- 16 facteurs d'échecs et de réussite en matière de communication / valorisation de projets ou structures responsables

L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

- Méthodologie du plan de communication
- Hiérarchisation des parties prenantes
- Formuler la vision et la mission de l'organisation
- Définir des enjeux et objectifs ciblés et y associer des indicateurs
- Définir la stratégie de moyens
- Définir des indicateurs de suivi / résultat

FORMATION PHOTOGRAPHIE NUMÉRIQUE

AMÉLIOREZ VOS PHOTOS ET MAÎTRISEZ LEUR PROCESS JUSQU'À LA POSTPRODUCTION

Vous souhaitez profiter pleinement des possibilités de votre appareil photo numérique ? vous initier ou vous perfectionner dans l'art du reportage, du portrait, du studio ou de la macro ? maîtriser les différentes techniques de retouches photo ? cette formation est faite pour vous.


 OBJECTIFS

- ◉ **PROFESSIONNALISER** sa pratique de la photographie numérique, en maîtriser toutes les étapes
- ◉ **CONNAÎTRE** les règles classiques de composition d'une image
- ◉ **IDENTIFIER** les contraintes spécifiques liées au type d'image recherché (portrait, reportage, macro, photo de nuit...)
- ◉ **MAÎTRISER** son appareil, depuis la mesure de la lumière (vitesse, diaphragme, sensibilité) jusqu'à ses fonctionnalités avancées
- ◉ **BÂTIR** un projet photographique
- ◉ **MAÎTRISER** les techniques de retouche photo
- ◉ **ADAPTER** ses photos aux supports auxquels elles sont destinées (print, web, tirages grand format...)
- ◉ **GÉRER** ses photos, créer des galeries photos et les publier sur le web

PUBLIC : Débutants et amateurs avertis

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires.

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOTS AOUTS

- Des exemples vécus et commentés
- Des mises en situation sur le terrain
- Un matériel professionnel à disposition
- Un studio photo intégré

FORMATEUR : Photographe professionnel ayant plus de 15 ans d'expérience.

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'emargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRECIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

 PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
JOURNÉE 1 : LES BASES DE LA PHOTO NUMÉRIQUE

- La lumière et sa mesure
- La gestion de la profondeur de champ
- Les règles de composition
- Connaître son appareil
- Bâtir un projet photographique
- Les bases de la photo en reportage et en studio (portrait / packshot)
- Mise en situation dans notre studio photographique intégré et prises de vue

JOURNÉE 2 : MISE EN SITUATION

- Mise en application sur le terrain des notions théoriques vues pendant la 1^{ère}

journée

- En fonction des attentes des participants, la journée peut être consacrée : au portrait, à la photo urbaine, au reportage ou aux paysages.

JOURNÉE 3 : SÉLECTION, ÉVALUATION, EDITING ET POSTPRODUCTION

- Évaluation des travaux des stagiaires et sélection des photos retenues, en fonction de la destination des photos et du projet initial
- Gérer les différentes étapes de la postproduction : sauvegarde, sélection, retouche, classement, publication

- Les avantages et contraintes des différentes solutions logicielles
- Les bases de la retouche photo N&B et couleur : tonalité, contraste, balance des blancs, netteté, vignettage, grain, distorsion
- Paramétrer et automatiser l'export
- La publication sur le web : création de galeries & diaporamas...

**com
on
light**

Renseignements
et inscription

+33 (0)4 11 93 21 12
info@comonlight.com

51 cour Watt
34000 Montpellier



www.comonlight.com
www.infospresse.eu

FORMATION PHOTOSHOP

DÉCOUVREZ PHOTOSHOP (INITIATION)

Vous souhaitez découvrir Photoshop pour mieux l'explorer ensuite par vous-même ? cette formation vous permet de comprendre sa logique de fonctionnement et d'organisation. Vous pourrez ensuite poursuivre son exploration de manière autonome, avec plus de rapidité et d'efficacité.



OBJECTIFS

- **COMPRENDRE** la logique et le fonctionnement de Photoshop
- **MAÎTRISER** les fonctions simples de retouche d'images
- **CRÉER** un photomontage simple



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

DÉCOUVERTE DU LOGICIEL

- Tour d'horizon des possibilités, usages et réalisations faites avec Photoshop

L'INTERFACE ET L'ESPACE DE TRAVAIL

- Découverte de l'espace de travail, des palettes flottantes, outils et de menu

CRÉER, OUVRIR ET ENREGISTRER

- Ouvrir et lier les documents, créer un nouveau document avec les bons pré-réglages
- L'enregistrer sous différents formats. Les formats d'images.

LES COULEURS

- Les différents modes de couleurs (RVB, CMJN,...), le sélecteur de couleurs

LES SÉLECTIONS

- La sélection rectangulaire et en ellipse
- Faire une sélection proportionnelle
- Déplacer & mémoriser une sélection, savoir contraindre le déplacement sur un axe
- Savoir remplir une sélection pour créer une forme, un fond ou un motif

- Les différents mode de sélection : couleur, baguette magique, forme...

ANNULATION

- Annuler ou rétablir une action. Gestion de l'historique d'annulation.

NAVIGUER SUR LE DOCUMENT

- Taille réelle, taille écran. Zoomer et se déplacer sur l'image.

RECADRER ET MODIFIER LE DOCUMENT

- Evaluer et modifier la résolution d'une image, la taille d'impression

EFFECTUER DES RÉGLAGES DE BASES

- Réglages : luminosité, contraste, balance couleur
- Convertir un document en noir et blanc / sépia...

LES CALQUES

- Montage des images via les calques.
- Création, suppression et agencement des calques. Notion de groupe.

PUBLIC : Toute personne souhaitant maîtriser la retouche d'images

DURÉE : 1 jour (7 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un formateur professionnel travaillant en agence

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émargement datée sera signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

INSÉRER DU TEXTE

- Gestion du texte pour créer des titres en utilisant des calques de textes. Modifier la typographie, la couleur, césure, ajustement...

LES FILTRES SIMPLES

- Optimiser une image : flou gaussien, contours plus nets...

FORMATION PHOTOSHOP

DÉBUTEZ AVEC PHOTOSHOP
(MAÎTRISE DES BASES)

Vous souhaitez être autonome dans la retouche de photos et la création de photomontages ? cette formation vous permet d'acquérir les bases du logiciel offrant le plus de possibilités en la matière : Photoshop.



OBJECTIFS

- MAÎTRISER les principales fonctions de retouche d'images
- OPTIMISER ses images pour le print et le web
- CRÉER un photomontage de niveau intermédiaire



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

ESPACE DE TRAVAIL

- Gestion des repères
- Grille - Règles - Unités

OUVERTURE ET ENREGISTREMENT

- Adapter le format d'enregistrement aux besoins
- Formats de fichiers
- Poids et compression d'image
- Résolution, taille en pixels, taille d'impression
- Gestion couleurs
- Transparence

SÉLECTION ET MODIFICATION

- Détourage et montage
- Gomme - Retouche - Baguette magique - Lasso - Pipette - Copie
- Déplacement - Rotation - Miroir - Inclinaison - étalement
- Adoucissement - Accentuation

CORRECTION D'UNE IMAGE

- Recadrage - Rotation - Retournement
- Ajustement des couleurs - Contraste - Luminosité - Teinte, saturation - Courbes de niveau - Négatif

- Balance des couleurs - Réglages par les variantes
- Calque de réglage

EFFETS SUR L'IMAGE

- Déformations - Effets artistiques - Contours - Flous, bruits, diffusion - Accentuer - Filtres divers

LES CALQUES

- Le calque de fond - Création de calque - Calque vectoriel - Opacité - Agencement des calques - Fusion de calques - Calque de réglages - Masques de fusion

NAVIGUER SUR LE DOCUMENT

- Taille réelle - Taille écran.
- Zoomer et se déplacer sur l'image.

DESSIN

- Dessin vectoriel (trait, forme) - Courbes de Béziérs - Pinceau - Tampon - Aérographe - Pot de peinture - Dégradés

CALQUE DE TEXTE

- Gestion du texte pour créer des titres en utilisant des calques de textes. Modifier la typographie, la couleur, césure, ajustement, ...

PUBLIC

Toute personne souhaitant maîtriser la retouche d'images

DURÉE

3 jours (21 heures)

TARIF

500 € T.T.C. / jour / stagiaire
Minimum 2 stagiaires

LIEUX

Nîmes - Montpellier.
Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un rythme de formation sur mesure : le formateur s'adapte aux connaissances et aux besoins du stagiaire
- Un formateur professionnel travaille en agence

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

FORMATION PHOTOSHOP

MAÎTRISEZ PHOTOSHOP (APPROFONDISSEMENT)

Maîtrisez les fonctionnalités avancées de Photoshop, afin d'en faire le prolongement de votre créativité et de votre sensibilité. Créez des photomontages complexes et découvrez les flux de production vous permettant de gagner du temps.



OBJECTIFS

- **CRÉER** un document complexe
- **GAGNER** en efficacité et rapidité
- **METTRE** en place un workflow adapté à son travail



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

PARAMÈTRES PRÉDÉFINIS ET FONCTIONS AVANCÉES DE BRIDGE

- Optimiser l'utilisation de Bridge (affinage, notation, collection, modèle de métadonnées)
- Gérer les paramètres prédéfinis : charger de nouvelles formes, trier les styles graphiques

GESTION DES SÉLECTIONS

- Modifier finement les sélections en mode masque
- Combiner les couches (addition, soustraction)
- Connaître les techniques avancées pour le détourage des cheveux
- Opérer des sélections par la fonction Plage de couleurs pour produire des transparences subtiles

CIBLER LES OUTILS ADAPTÉS

- Créer des formes de pinceaux personnalisées pour les différents outils
- Simuler des effets de peinture avec l'outil Forme d'historique artistique
- Employer toutes les ressources de l'outil Tampon
- Effacer des détails sur des architectures en perspective avec le filtre Point de fuite

- Corriger les aberrations optiques d'une photo avec le filtre Correction de l'objectif
- Améliorer naturellement la profondeur de champ avec le filtre Flou de l'objectif
- Élargir une image sans la déformer avec la fonction Échelle basée sur le contenu
- Corriger la déformation de perspective sur des images d'architecture avec la fonction Déformation de perspective
- S'initier à la 3D en appliquant une texture et un éclairage sur un objet en relief
- Appliquer un effet 3D à un titre

FONCTIONS AVANCÉES DES CALQUES

- Utiliser les fonctions avancées de la palette Calques
- Paramétrer calques de réglage et modes de fusion pour affiner les réglages colorimétriques
- Utiliser la puissance des réglages de Camera Raw pour améliorer ses images
- Combiner masques de fusion et vectoriels
- Convertir les calques en objets dynamiques pour les modifier en gardant une résolution élevée
- Créer et charger des formes vectorielles
- Mémoriser plusieurs versions d'une image avec la palette Compositions de calques optimisées

PUBLIC : Toute personne souhaitant maîtriser la retouche d'images

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire.
Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un rythme de formation sur mesure : le formateur s'adapte aux connaissances et aux besoins du stagiaire
- Un formateur professionnel travaille en agence

PRÉ REQUIS : Connaître les principales fonctionnalités de Photoshop ou avoir suivi la formation Débutez avec Photoshop

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRECIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

- Appliquer une gamme de couleurs avec le réglage Courbe de transfert de dégradé
- Convertir en mode bichromie et gérer les couches de tons directs
- Créer et gérer plusieurs plans de travail

FORMATION INDESIGN

METTRE EN PAGE DES DOCUMENTS PROFESSIONNELS AVEC IN DESIGN

De nombreux outils de PAO (Publication Assistée par Ordinateur) existent sur le marché. Parmi eux, InDesign, intégré à la suite Adobe, est sans doute la solution la plus complète, précise et professionnelle. Comment réussir les mises en page de ses publications print ou web avec In Design ? Comment tirer parti de ses très nombreuses fonctionnalités, pour gagner du temps, que ce soit dans la conception de la maquette, dans l'intégration de contenu ou dans les corrections à y appliquer ? Cette formation s'adresse à toute personne amenée à utiliser InDesign dans le cadre professionnel.



OBJECTIFS

- **COMPRENDRE** les principes d'une mise en page efficace
- **MAÎTRISER** les principales fonctionnalités de l'application
- **CONNAÎTRE** les stratégies de mise en page permettant de gagner du temps, en fonction du type de documents à mettre en page

PUBLIC : Toute personne souhaitant mettre en page avec professionnalisme tout type de document

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier.

NOS ATOUTS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un formateur professionnel travaillant en agence. 15 ans d'expérience.

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRECIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

LES RÈGLES D'UNE MISE EN PAGE EFFICACE

- Analyser le document à produire, son public, sa vocation
- Le parcours de lecture
- Comprendre la gestion de l'espace dans une page : la tête, les oreilles, le ventre et le pied de page
- La titraille
- Les règles typographiques
- La cohérence et la signification des polices

L'INTERFACE D'INDESIGN

- Outils, palettes, menus contextuels, zooms
- Gérer les Préférences, organiser les palettes

LE DOCUMENT

- Format, marges, colonnes
- Préparer et utiliser des pages de gabarit
- Repères
- Organiser et folioter les pages
- Préparer des titres de section

LES OBJETS

- Créer, déplacer, dupliquer, aligner des objets
- Plans de superposition et calques

LES ATTRIBUTS GRAPHIQUES

- Normes RVB, CMJN, Web, Pantone
- Couleurs quadri, tons directs, les noirs
- Ombre portée, transparence

LE TEXTE

- Saisir, importer et chaîner du texte
- Encarts, colonnes, largeur des colonnes
- Typographie du caractère et format du paragraphe
- Régler les césures et la justification
- Filets de paragraphes, lettrines
- Grille d'alignement du texte
- Styles de paragraphe et styles de caractère

LES IMAGES

- Formats de fichiers d'image
- Importer, cadrer, détourer et habiller des images

- Gérer les liens avec les fichiers importés

LES TABLEAUX

- Créer un tableau, l'importer de Word ou d'Excel
- Formater, fusionner des cellules

MÉTHODES D'ORGANISATION

- Modèles de documents

LA PRÉPARATION À L'IMPRESSION

- Vérifier les transparences, séparations, résolutions
- Vérifier et préparer un document pour l'imprimeur

FORMATION ILLUSTRATOR

DÉCOUVREZ ILLUSTRATOR (INITIATION)

Vous souhaitez découvrir Illustrator pour mieux l'explorer ensuite par vous-même ? cette formation vous permet de comprendre sa logique de fonctionnement et d'organisation. Vous pourrez ensuite poursuivre son exploration de manière autonome, avec plus de rapidité et d'efficacité.



OBJECTIFS

- DÉFINIR le rôle et les principes d'Illustrator
- CRÉER et COMBINER des objets vectoriels simples
- Placer du **TEXTE**
- CHOISIR LE FORMAT d'enregistrement d'un logo



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

DÉFINIR LE RÔLE ET LES PRINCIPES D'ILLUSTRATOR

- Décrire la chaîne graphique et identifier le rôle d'Illustrator
- Définir la notion d'image vectorielle
- Connaître le vocabulaire de base : couleurs quadri / RVB / tons directs, tracés, points d'ancrage

CRÉER LE DOCUMENT

- Se repérer dans l'interface : les menus, les outils, les palettes et les zooms
- Organiser et mémoriser son espace de travail
- Créer un plan de travail et définir ses dimensions
- Utiliser une image en pixels comme modèle à décalquer

CRÉER ET COMBINER DES OBJETS VECTORIELS SIMPLES

- Tracer des rectangles, rectangles arrondis, ellipses, polygones, étoiles
- Dessiner à main levée avec l'outil Crayon
- Déplacer, dupliquer, aligner et redimensionner des objets

- Modifier l'ordre de superposition des objets
- Créer des combinaisons d'objets par les fonctions Pathfinder

MODIFIER UN OBJET VECTORIEL

- Sélectionner un tracé, sélectionner un point d'ancrage
- Rectifier un tracé avec les outils de correction
- Transformer un objet par une rotation, une mise à l'échelle, un miroir

CRÉER ET APPLIQUER UNE COULEUR, UN DÉGRADÉ DE COULEURS

- Créer et appliquer une couleur globale ou une teinte de couleur globale sur le fond ou sur le contour d'un objet
- Paramétrer les options du contour d'un objet
- Créer un dégradé linéaire ou radial avec des couleurs globales ou des teintes de couleurs globales
- Appliquer un dégradé linéaire ou radial sur le fond ou sur le contour d'un objet et modifier le sens du dégradé

PUBLIC : Toute personne souhaitant maîtriser la retouche d'images

DURÉE : 1 jour (7 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire. Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un formateur professionnel travaillant en agence

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : Une feuille d'émergence datée sera signée par chaque stagiaire

APPRECIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

APPLIQUER DES TRANSPARENCES SIMPLES

- Rendre un objet transparent en lui donnant un mode de fusion ou en baissant son opacité
- Appliquer une ombre à un objet
- Appliquer une transparence progressive à un objet

PLACER DU TEXTE

- Saisir du texte et définir sa typographie
- Appliquer des attributs graphiques simples au texte

**com
on
light**

Renseignements
et inscription

+33 (0)4 11 93 21 12
info@comonlight.com

51 cour Watt
34000 Montpellier



www.comonlight.com
www.infospresse.eu

FORMATION ILLUSTRATOR

DÉBUTEZ AVEC ILLUSTRATOR
(MAÎTRISE DES BASES)

Vous souhaitez être autonome dans la création vectorielle ? cette formation vous permet d'acquérir les bases du logiciel offrant le plus de possibilités en la matière : Illustrator.



OBJECTIFS

- ◉ **PARAMÉTRER** Illustrator
- ◉ **UTILISER** les fonctions de transformation avancées



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

PARAMÉTRER ILLUSTRATOR ET SON ESPACE DE TRAVAIL

- Paramétrer les Préférences d'Illustrator
- Organiser et mémoriser son espace de travail
- Créer un ou plusieurs plans de travail et définir leurs dimensions
- Créer des calques

MAÎTRISER LES CALQUES, LES GROUPES ET LES STRUCTURES COMPLEXES

- Créer des formes simples, dessiner avec l'outil Crayon et avec l'outil Plume
- Dessiner devant, derrière ou en masque
- Profiter des repères commentés, déplacer, dupliquer, aligner les objets
- Répartir les objets dans les calques et des souscalques
- Associer des objets, créer des formes composées, créer des masques d'écrêtage

UTILISER LES FONCTIONS DE TRANSFORMATION AVANCÉES

- Utiliser les outils de transformation
- Manier la fonction Transformation répartie
- Utiliser des effets de transformation

APPLIQUER DES ATTRIBUTS GRAPHIQUES ÉLABORÉS

- Choisir des harmonies de couleurs, créer et appliquer des couleurs globales, redéfinir les couleurs

- Maîtriser les différents noirs dans le domaine de l'impression
- Créer des dégradés de couleurs avec variation d'opacité
- Créer des dégradés de formes, des filets de dégradés, des motifs répétitifs
- Créer, appliquer et paramétrer une forme de contour, des contours à largeur variable
- Utiliser des effets de transparence
- Appliquer plusieurs fonds, contours et effets à un objet
- Créer des styles graphiques
- Créer des symboles graphiques

CRÉER DES TEXTES À ASPECT ÉLABORÉ

- Créer un texte libre, un texte curviligne, un texte captif
- Créer des styles typographiques
- Appliquer un dégradé, un motif, une forme de contour à du texte
- Appliquer des effets de transparence
- Appliquer plusieurs fonds, contours et effets
- Utiliser un texte comme masque d'écrêtage

UTILISER DES IMAGES EN PIXELS

- Vectoriser une photo ou un scan en couleurs, en niveaux de gris, en noir et blanc, au trait

PUBLIC

Toute personne souhaitant maîtriser la retouche d'images

DURÉE

3 jours (21 heures)

TARIF

500 € T.T.C. / jour / stagiaire

Minimum 2 stagiaires

LIEUX

Nîmes - Montpellier.

Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un formateur professionnel travaillant en agence

PRÉ REQUIS : Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Cours et exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur, paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION : feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS : Questions / réponses + QCM en fin de formation

- Utiliser la Peinture dynamique pour mettre en couleurs un dessin au trait
- Mixer une image en pixels avec une image vectorielle

ENREGISTRER L'ILLUSTRATION

- Finaliser et contrôler le fichier : les polices utilisées, les couleurs utilisées, les noirs, les transparences, les surimpressions
- Assembler les fichiers liés et les polices
- Transmettre l'illustration : imprimer une épreuve, enregistrer le logo vectoriel pour l'imprimeur exporter le logo en pixels pour le Web

FORMATION ILLUSTRATOR

MAÎTRISEZ ILLUSTRATOR (APPROFONDISSEMENT)

Maîtrisez les fonctionnalités avancées d'illustrator, afin d'en faire le prolongement de votre créativité et de votre sensibilité. Créez des dessins vectoriels complexes et découvrez les flux de production vous permettant de gagner du temps.



OBJECTIFS

- **CRÉER** des documents à plusieurs plans de travail
- **CRÉER** des objets complexes
- **UTILISER** efficacement des attributs graphiques complexes



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

PARAMÈTRES PRÉDÉFINIS ET FONCTIONS AVANCÉES DE BRIDGE CRÉER DES DOCUMENTS À PLUSIEURS PLANS DE TRAVAIL

- Paramétrer les Préférences d'illustrator, organiser et mémoriser son espace de travail
- Créer un ou plusieurs plans de travail et définir leurs dimensions
- Créer des calques

CRÉER DES OBJETS COMPLEXES

- Créer des formes élaborées par les effets et fonctions de transformation
- Déformer un objet selon une enveloppe
- Utiliser les outils Forme de tache et Concepteur de formes
- Dessiner une grille de perspective

UTILISER EFFICACEMENT DES ATTRIBUTS GRAPHIQUES COMPLEXES

- Créer des formes de contour vectorielles ou en pixels
- Appliquer plusieurs fonds, contours et effets à un objet ou à du texte
- Créer des styles graphiques
- Créer des styles typographiques
- Créer des symboles graphiques
- Combiner dessin vectoriel et pixels

- Utiliser des masques d'opacité

ENREGISTRER L'ILLUSTRATION

- Finaliser et contrôler le fichier : polices utilisées, couleurs utilisées, les noirs, les transparences, les surimpressions
- Assembler les fichiers liés et les polices
- Transmettre l'illustration : imprimer une épreuve, enregistrer le logo vectoriel pour l'imprimerie, exporter le logo en pixels pour le Web...

PARTAGER LES RESSOURCES DES DOCUMENTS

- Transférer les Préférences d'illustrator sur d'autres postes de travail
- Créer des modèles de documents Illustrator
- Transférer des aplats, dégradés, motifs, formes, symboles et styles entre documents Illustrator
- Créer une gamme de couleurs commune à Illustrator, InDesign et Photoshop
- Partager des couleurs quadrichromiques, styles typographiques et objets vectoriels avec Illustrator, InDesign et Photoshop via une bibliothèque Creative Cloud
- Appliquer une gamme de couleurs avec le réglage Courbe de transfert de dégradé
- Créer et gérer plusieurs plans de travail

PUBLIC : Toute personne souhaitant maîtriser la retouche d'images

DURÉE : 3 jours (21 heures)

TARIF : 500 € T.T.C. / jour / stagiaire.
Minimum 2 stagiaires

LIEUX : Montpellier. Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

- Des études de cas concrètes, issues du monde professionnel
- Un rythme de formation sur mesure : le formateur s'adapte aux connaissances et aux besoins du stagiaire
- Un formateur professionnel travaille en agence

PRÉ REQUIS : Connaître les principales fonctionnalités d'illustrator ou avoir suivi la formation "Débutez avec Illustrator".

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Alternance de cours et d'exercices pratiques

MOYENS TECHNIQUES : Ordinateur, projecteur et paperboard.

MOYENS D'ENCADREMENT : Le formateur assure l'encadrement des stagiaires, notamment l'accueil, la vérification et la récolte des documents administratifs.

SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

: feuille d'émargement datée signée par chaque stagiaire

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS :

Questions / réponses + QCM en fin de formation

**com
on
light**

Renseignements
et inscription

+33 (0)4 11 93 21 12
info@comonlight.com

51 cour Watt
34000 Montpellier



www.comonlight.com
www.infospresse.eu