

SOMMAIRE

1. Présentation de la Société
2. Management d'Équipe
3. Action Commerciale & Marketing
4. Ressources Humaines
5. Conduite de Projets
6. Presse Écrite
7. Journalisme radio
8. Journalisme Multi-média
9. Informatique
10. Infographie- PAO
11. Secrétariat
12. Liste de nos Références



1. Votre réussite est notre ambition

SYSTEMIC, créée en 1996, est une entreprise indépendante de conseil en Organisation, Ressources Humaines et Management. Entreprise marquée dès son origine par une double conviction, humaniste et pragmatique : la position centrale des hommes dans l'entreprise (les hommes sont créateurs de valeur) et la nécessité consécutive de conférer à l'organisation et au management une dimension stratégique.

Nous conseillons et accompagnons l'entreprise dans la définition et la mise en oeuvre de ses stratégies internes. Nous l'aidons dans l'évolution de son organisation, la conduite de projets, le développement de son management et, généralement dans tout ce qui concourt à la mise en valeur de son capital humain.



Un réseau d'experts pour accompagner votre développement

S'appuyant sur un réseau de plus de 150 consultants et formateurs ayants une expérience reconnue dans leurs domaines de compétences, Systemic propose une palette de prestations s'articulant autour de trois grands axes :

1. Diagnostic stratégique et organisationnel
2. Ingénierie de formation
3. Formation et Conseil

Une démarche basée avant tout sur votre écoute

La satisfaction du client est au coeur de la culture de notre Société, elle mobilise toute les énergies, à tout niveau.

Formaliser et enrichir nos pratiques au travers de notre système qualité, anticiper et innover par une constante écoute du marché de nos clients sont pour notre société les facteurs clés de succès d'une orientation et d'une culture client sans cesse développée.

De plus, notre société s'est dotée d'une structure dont l'objectif est de développer une démarche qualité alliant efficacité du système et bénéfice client.

Nos Références



Une charte qualité avec 7 engagements

1

Une relation suivie depuis le premier contact avec un interlocuteur identifié qui formalise les échanges et donne ainsi l'assurance au client de la bonne compréhension du projet et de son environnement.

2

Un accord clair sur les objectifs à atteindre et les facteurs clés de succès à mettre en oeuvre. C'est là le fondement même de la Démarche Contractuelle par Objectif que notre société a développé.

3

Une conception de nos actions sous revue permanente issue de l'analyse des besoins des entreprises. Systemic continue d'occuper la position «d'observatoire des compétences ». C'est au sein d'un véritable laboratoire de veille technique et d'écoute client que s'élaborent les offres.

4

Une gestion des Ressources Humaines adaptée à nos exigences de Qualité. Chaque intervenant de Systemic est un spécialiste expérimenté et habilité selon un processus défini et véritable. Ses compétences et sa motivation sont entretenues par une organisation dédiée à la réalisation de sa mission.

5

Une instrumentation axée sur la mise en oeuvre des compétences acquises. Le contenu de nos interventions est formalisé et sauvegardé, il s'appuie sur des outils personnalisés au contexte de nos client. Ils permettent, lorsque les conditions d'exercice de la compétence nouvellement acquise sont réunies, une mise en application immédiate.

6

Un processus d'évaluation permanent qui fait l'objet d'une double évaluation, collective à chaud et individuelle par le client en différé. Leur analyse permet de fixer les objectifs d'amélioration et d'engager les actions de progrès.

7

Une organisation tournée vers la satisfaction du client. Elle s'appuie sur un dispositif qualité, une recherche constante du niveau d'excellence, un système de détection et d'écoute des besoins clients et l'implication du management et des hommes de notre société.

[illegible]

Objectifs (2 jours)

Développer ses capacités de leader; augmenter ses qualités relationnelles et ses capacités d'animation d'équipe.

■ Développer son identité de leader

Se positionner par rapport aux valeurs de l'entreprise et au monde du travail.

Identifier son style d'autorité et réfléchir à ses pratiques managériales.

Construire son identité de leader et développer ses points forts. Prendre conscience de ses points faibles pour les dépasser.

■ Développer ses qualités relationnelles

Savoir utiliser les qualités du méta-leader.

Savoir expérimenter l'authenticité et la lucidité dans ses relations.

Savoir gérer ses sentiments et ses émotions pour améliorer la qualité des relations.

Développer sa confiance en soi pour réussir.

■ Développer la performance en équipe

Développer son rôle de leader au sein de l'équipe.

Analyser les ressources et les points faibles de l'équipe.

Saisir le mode de fonctionnement de ses collaborateurs.

Promouvoir une qualité de relation au sein de l'équipe.

■ Développer ses capacités d'anticipation

Imaginer l'avenir. Mettre en oeuvre sa vision.

Faire adhérer l'équipe.

Objectifs (2 jours)

Identifier les conditions de mise en oeuvre d'un leadership adapté; reconnaître et adopter les 4 styles de leadership ; s'entraîner, par le biais de simulations et d'études de cas, à adapter son leadership en fonction des situations.

■ Le leadership relationnel et le management

Les apports et les grands principes.

Style de leadership et performances des équipes.

Les conditions d'exercice du leadership.

■ Les quatre grands styles de leadership

Identifier et reconnaître les 4 styles de leadership : directif, persuasif, participatif et délégitif.

Les paramètres décrivant le comportement du leader dans chaque style.

Identifier son propre style de leadership. Adopter le style adéquat : leadership et efficacité.

■ Adapter le style de leadership au niveau du collaborateur

Les 4 comportements du leader liés à l'autonomie du collaborateur.

Adopter les styles de leadership adaptés.

Accompagner l'évolution et le cycle de progression du collaborateur.

La gestion des résistances et de la démotivation.

Les pièges à éviter.

■ Mettre en oeuvre son leadership dans les entretiens

Développer sa capacité d'écoute.

Savoir encourager.

Savoir dire ce qui ne va pas.

Savoir féliciter.

Savoir recadrer.

Savoir exprimer son point de vue et le faire partager.

Objectifs (2 jours)

S'entraîner à une méthode de délégation tant sur le plan du fond (ce qu'il y a à déléguer) que de la forme (comment négocier la délégation) ; faire de la délégation un investissement dont on peut mesurer l'efficacité.

■ La place de la délégation dans l'animation d'une équipe

À quoi cela sert.

Savoir déléguer, pourquoi et à qui.

Quels sont les objectifs pour l'entreprise et le responsable hiérarchique.

Savoir saisir les opportunités et repérer le bon moment pour déléguer.

■ La préparation d'une délégation

Clarifier les aspects de toute délégation.

Les 6 motivations principales pour le collaborateur.

Les compétences nécessaires pour réussir cette délégation.

■ La présentation d'une délégation

L'exposé par le responsable hiérarchique : informer sur l'enjeu, le pouvoir confié, ses limites, ses exigences et ses contraintes.

La participation du collaborateur à la rédaction du projet, aux objectifs et aux actions à mener.

La négociation des deux partenaires sur les moyens à mettre en oeuvre.

La mesure des performances et le suivi des résultats.

La formation et l'information préalable à prévoir.

Les 8 lois de la communication adaptées au dialogue.

■ Le suivi de la délégation

Le respect des dates prévues.

Le respect de l'analyse des différents critères de mesure.

Le retour sur investissement :

la réussite du collaborateur et ses suggestions.

L'échec du collaborateur : l'analyse des causes,

le droit à l'erreur, ses limites.

Objectifs (2 jours)

Positionner les enjeux du coaching; acquérir les outils fondamentaux du coaching.

■ Le coaching : définition

Origine et perspective. Les frontières du métier de coach.

Une déontologie personnalisée.

■ Savoir poser un diagnostic

Étudier l'environnement et le contexte.

Faire formuler une démarche explicite.

Identifier les besoins du coaché. Formaliser et contractualiser.

■ Les attitudes clés du coach

Écouter pour mieux avancer ensemble.

Les signes de reconnaissance appropriés pour renforcer le coaché.

La méta-communication. La régulation.

Le transfert et le contre transfert : les points à travailler.

■ Des outils adaptés en fonction des demandes

La grille d'autonomie pour se situer dans ses évolutions.

Les 7 étapes de deuil à respecter pour mieux le vivre.

Les jeux psychologiques ou comment aider le coaché à sortir d'un engrenage.

Les diagnostics de personnalité.

L'analyse organisationnelle.

Objectifs (2 jours)

Mesurer les enjeux du management; utiliser les techniques de teambuilding, de coaching, de médiation, de créativité pour dynamiser la gestion de son équipe.

■ Les enjeux du management aujourd'hui

Assurer la cohésion de l'équipe.
Entretenir la motivation des équipes.
Manager la compétence collective. Faire circuler l'information.
Gérer le knowledge management.
Gérer les projets et la transversalité.

■ Coaching et teambuilding : renforcer compétences et cohésion pour gagner

Savoir diagnostiquer les points forts et les points faibles des collaborateurs et de l'équipe.
Identifier les attentes de chacun.
Trouver les solutions d'accompagnement.
Savoir accompagner les évolutions.
Mobiliser l'équipe autour d'un projet.

■ Savoir mettre en oeuvre une dynamique de médiation

Savoir diagnostiquer les blocages et les goulots d'étranglement.
Savoir intervenir en amont.
Favoriser la bonne compréhension et la bonne collaboration entre les personnes de son équipe.
Savoir gérer les difficultés.

■ Utiliser la créativité et l'innovation pour construire l'avenir

Faire émerger et remonter les idées.
Utiliser les techniques de créativité : brainstorming, analogie, écoute, flexibilité.
Développer l'imaginaire.
Savoir exploiter un potentiel de créativité et le transformer en innovation.

Objectifs (2 jours)

Négocier des objectifs réalistes avec sa hiérarchie ; établir un plan d'action concerté avec son équipe; valoriser les contributions de son équipe auprès de sa hiérarchie et des autres services de l'entreprise.

■ Connaître le plan de charge de son équipe

Établir clairement la charge de travail de ses collaborateurs.
Établir un planning de charges prévisionnelles de son équipe.
Diagnostiquer les potentialités de son équipe.

■ Resituer les objectifs dans la cohérence stratégique de l'entreprise

Vérifier les différents niveaux de demande et d'attente de sa hiérarchie.
Pondérer et hiérarchiser les priorités. Clarifier les conditions d'arbitrage.

■ Consolider avec son équipe un scénario de réalisation

Animer une réunion de consolidation d'objectifs avec son équipe.
Valider un planning prévisionnel de travail.

■ Mener une négociation d'objectifs

Mieux se connaître dans sa relation avec sa hiérarchie.
Savoir présenter et argumenter les propositions de son équipe.
Valider ensemble un planning de réalisation.

■ Faire apparaître les succès comme les difficultés

Faire des points de suivi réguliers avec l'équipe.
Mettre en place les indicateurs de progression de l'équipe.
Diffuser et valoriser les résultats auprès de l'environnement.

Objectifs (2 jours)

Appréhender et acquérir les outils de management d'une équipe ; élaborer un système cohérent d'animation et de suivi de ses collaborateurs.

- Le manager face à sa mission et à son équipe
 - La classification des missions du responsable.
 - La grille d'analyse de l'équipe.
 - La grille d'analyse des comportements des collaborateurs.
 - La matrice de motivation des collaborateurs.
- Analyse et positionnement des ressources du manager
 - L'analyse des styles de direction: les 4 cartes du manager.
 - Son positionnement dans la relation hiérarchique.
 - L'identification des modes de fonctionnement dans le travail.
- Elaboration d'une stratégie d'action par collaborateur
 - La fiche collaborateur. La matrice d'analyse. La fiche action.
- Mise en place d'actions efficaces et spécifiques auprès des collaborateurs
 - Faire passer un message :
encourager, recadrer, creuser, former, informer.
- Développement et suivi de ses actions
 - Le plan de suivi personnel. Les indications de progrès.
- Etude de situations de management au quotidien
 - Ces situations sont apportées par les participants.

Objectifs (2 jours)

Posséder des outils d'analyse de l'organisation d'équipe; visualiser une organisation optimale de l'équipe; concevoir un plan d'amélioration.

- L'analyse du travail de l'équipe
 - Les objectifs de résultat. Les objectifs d'activité.
 - L'analyse des «clients» internes et externes.
- Les fonctions clefs d'une équipe de travail
 - Production, organisation, information, régulation, animation, contrôle.
- L'analyse des relations collaborateur/poste
 - La grille préférences/compétences.
 - La définition de poste et le référentiel de compétences.
- L'analyse de l'équipe dans son fonctionnement de travail
 - L'organigramme des relations. L'organigramme des compétences.
 - L'organigramme des préférences.
- L'organisation de la production de l'équipe
 - La gestion des flux. La gestion de la communication avec les autres services.
 - La gestion des ressources matérielles.
- L'animation de l'équipe autour de son organisation
 - Les réunions de planning hebdomadaires ou mensuelles.
 - Le suivi collectif et individuel des réalisations.
- La négociation des objectifs de l'équipe avec sa hiérarchie
 - Préparer un dossier en relation avec le plan de charge.
 - Hiérarchiser les demandes.
 - Proposer des scénarios d'arbitrage.
- Faire face aux résistances de son équipe
 - Analyser les craintes et les réserves. Recadrer les enjeux.
 - Approfondir et creuser les problèmes. Explorer des solutions.
 - Arrêter un plan d'action.

Objectifs (2 jours)

Dissocier la part liée à l'émotif et aux éléments rationnels dans un conflit ;
maîtriser sa propre émotivité dans une situation de conflit ;
suivre une stratégie positive de résolution de conflit.

■ Analyser un conflit

Conflit portant sur un projet, des principes ou des valeurs.
Conflit lié à des désaccords sur des modalités.
Conflit simplement relationnel.

■ Canaliser ses comportements dans un conflit

Analyser et décomposer la situation. Prendre en compte ses émotions et ses croyances.
Retrouver une ressource positive.

■ Repérer la stratégie de son ou de ses interlocuteurs

Saisir le cadre de référence de l'autre.
Observer son non-verbal.
Pointer ses motivations, ses intérêts, ses bénéfices éventuels.
Identifier les jeux psychologiques sous-jacents.

■ Ramener son interlocuteur dans une disposition de résolution positive

Le recadrage positif. L'humour.
Le changement de plan.
Le repositionnement «gagnant/gagnant».

■ Analyser et mettre à plat le différend

Tester la «bonne foi» de l'interlocuteur. Imaginer des solutions en forme de portes de sortie.
Souligner l'accord. Vérifier la disposition de l'interlocuteur.

■ Préparer l'avenir

Renforcer la qualité de la relation.
Anticiper les prochains différends.

Objectifs (2 jours)

Découvrir la nécessité de progresser par projet pour soi et pour son équipe;
formuler un projet pertinent en relation avec son cadre de travail ; élaborer et rédiger un projet.

■ La notion de projet

Qu'est-ce qu'un projet ?
La dynamique du projet dans les entreprises.
La place du projet dans son cadre de référence et celui de l'équipe.

■ Visualisation de sa réalisation

Se projeter à moyen et long terme.
Analyser son environnement. Apprendre à formuler ses objectifs.

■ Les facteurs d'élaboration d'un projet

Les résistances lors de l'élaboration du projet. Le principe de réalité.

■ Construction par étape du projet

Mettre en place les sous-objectifs. Etablir un planning de réalisation.
Définir les points de contrôle.

■ Validation du planning par l'équipe

Préciser à chacun son rôle. Négocier les objectifs.
Définir les points d'auto-contrôle.

■ Mise en place d'un plan de communication et d'information

Repérer le système de valeurs de son environnement :
Entreprise, autres services, hiérarchie.
Analyser la cohérence et les écarts de points de vue.
Mettre sur pied une présentation adaptée.

■ La vie du projet

Assurer les points de suivi personnels et collectifs.
Mesurer et analyser les écarts avec l'équipe.
Définir les actions correctives. Savoir fêter le succès.

Objectifs (2 jours)

Acquérir des outils et des méthodes de gestion du temps afin de mettre en place des comportements nouveaux.

- **Le temps : un allié de votre croissance professionnelle**
Comment structurer son temps.
Connaître les différentes manières de structurer son temps.
Types de personnalités et structuration du temps.
- **Utiliser ses forces positives**
Mieux connaître son capital énergie, ses rythmes de travail.
Savoir se concentrer, se motiver, s'arrêter, se relaxer.
- **Intégrer le stress**
Rôle du stress, personnalités sensibles.
Se servir du "bon" stress, se protéger du "mauvais" stress.
- **Savoir faire des choix**
Fixation et fractionnement des objectifs.
Hiérarchisation des priorités.
Savoir filtrer, sélectionner les véritables urgences
et savoir déléguer.
- **Maîtriser son temps sans subir**
S'aider de ses états du moi positif.
Techniques de planification : outils spécifiques facilitant la gestion du temps.
- **Qu'acceptez-vous de changer ?**
Déterminer les points réalistes de son contrat de changement.
Visualiser les résultats, modéliser ceux qui savent gérer leur temps.

Objectifs (2 jours)

Approfondir l'approche de sa relation au temps et mettre en oeuvre de nouveaux outils.

- **Bilan personnel de gestion du temps**
Objectifs personnels et ressources mises en œuvre.
Objectifs non atteints et résistances rencontrées.
Bénéfices de la situation actuelle et de la situation recherchée.
Déterminer les améliorations possibles pour chaque participant.
- **Gestion du temps et gestion des situations**
Temps personnel et temps collectif : Les enjeux, les interlocuteurs, les moments. téléphone, déplacements, savoir dire non.
Le travail en binôme : le respect du temps :
le mien, le sien.
Le partage des rôles.
Le travail en équipe : la polyvalence, le partage des tâches.
l'optimisation des réunions et des entretiens. la délégation
Le travail inter-service et avec l'extérieur :
«tout client de..., tout fournisseur de...»
- **Gestion du temps et gestion de l'information**
Savoir rechercher, traiter et classer l'information. Dégager l'essentiel.
Organiser la circulation de l'information.
Organiser le classement de l'information.
Organiser la tenue à jour de l'information.
- **Gestion du temps et gestion de l'activité**
- **Etablir un contrat personnel de succès**

Objectifs (2 jours)

Comprendre les origines et le mécanisme du stress pour le canaliser ;
adopter une méthode et des outils afin de gérer ses états de stress
personnels (ainsi que ceux de l'entreprise) et d'améliorer son efficacité.

■ Connaître le stress

Définition du stress.
Ses causes.
Ses conséquences.

■ L'utilité du stress

Le stress «bénéfique» est le pivot de la motivation
et de la créativité.
Les différentes réactions en fonction des personnalités.

■ Le stress dans l'entreprise

Tester son propre degré de stress.
Repérer les signaux d'alarme.
Auto-diagnostic.

■ Transformer le stress destructeur en stress constructeur

Prendre conscience de la relation corps-esprit.
Maîtriser la fonction respiratoire qui apporte le calme,
la confiance, le bien-être pour contrôler ses réactions physiques.
Vivre avec une conscience plus aiguë pour transformer le stress.
S'adapter aux contraintes de la vie moderne pour éviter
la fatigue, les tensions, le stress.
S'initier à l'art de vivre détendu et en pleine forme.

Objectifs (2 jours)

Acquérir des outils et des méthodes d'animation d'équipe et comprendre
les ressorts de la motivation.

■ Motivation

Identifier où se situent les ressorts de la motivation.
Repérer quelles sont les causes de démotivation.
Différencier l'énergie positive qui devient synergie et l'énergie négative qui
se fixe sur de faux problèmes.
Rechercher les moyens disponibles pour dépister, réduire et éviter les
faux problèmes.

■ Communication

Identifier les différents niveaux de communication.
Langage verbal et non-verbal. Perception : canaux et déformations.
Comprendre et se faire comprendre. Prévenir les «malentendus».
Les conditions d'une communication saine : l'écoute active.

■ Pratique du travail en groupe

Objectifs personnels et objectifs communs.
Définir son rôle et celui de chacun.
Informations utiles et inutiles.
Réduire les tensions existantes.
Disposer de plusieurs styles d'autorité.
Reconnaître le droit à l'erreur.
Mettre en place des objectifs clairement définis et publiés.
Faire connaître les points de vérification.

Objectifs (2 jours)

Analyser les conditions d'une expression efficace ; apporter des techniques relatives aux différentes formes de communication dans l'entreprise : notes de service, lettres, procès-verbaux, comptes rendus et rapports.

- La communication : son processus, ses difficultés
Les conditions d'une bonne communication.
Les buts de la communication.
- Les facteurs à prendre en compte dans un écrit
A qui s'adresse-t-on. Quel est l'objectif poursuivi.
Dans quel contexte écrit-on.
Adaptation du message en fonction des trois facteurs de la communication écrite : l'interlocuteur. l'objectif. le contexte.
- Les idées, leur organisation
Recueillir et classer les informations. Structurer les idées. Bâtir un plan.
- La lettre
Déterminer l'objectif. Structurer en paragraphe, acquérir le «réflexe plan».
Utiliser les formules d'appel et de politesse.
- La note
Notes d'information, circulaires, notes d'instruction.
Informar, inciter, faire agir.
Rédaction d'un message sur le mail. Spécificité, impact de la messagerie électronique.
- Le compte rendu et le rapport
Les fonctions du compte rendu et du rapport (proposition orientée vers une décision).
Le contenu du rapport (analyse, argumentation, proposition d'action).
- Amélioration de la lisibilité d'un texte
Ponctuation, choix des exemples, titres et sous-titres, tableaux et graphiques.
Méthode de relecture en orthographe sur textes dactylographiés.

Objectifs (2 jours)

Renforcer les acquis du niveau 1 à travers un travail individualisé portant sur des applications spécifiques telles que compte-rendus, rapports et notes de synthèse.

- Rappel et approfondissement des principales règles d'expression efficace
La méthodologie de l'écrit. Les règles de rédaction et de présentation.
Approfondissement des règles permettant de structurer un écrit.
- Le compte rendu
Qu'est-ce qu'un compte rendu. Sa spécificité par rapport aux autres écrits professionnels.
Son objectif : informer objectivement des faits, des décisions, des débats.
Type de comptes rendus et plans.
- La note de synthèse
Qu'est-ce que la note de synthèse ?
Sa spécificité par rapport aux autres écrits professionnels.
Son objectif : présenter un document synthétique élaboré à partir d'une masse d'informations variées.
- Le rapport
Qu'est-ce que le rapport ?
Sa spécificité par rapport aux autres écrits professionnels.
Son objectif : proposer une action à partir de l'analyse d'un problème.
La méthodologie d'élaboration :
 - Collecter les informations. Distinguer faits et opinions.
 - Présenter les faits objectivement, de façon étayée et argumentée.
 - Proposer des solutions et leur modalité de mise en oeuvre pour aider à prendre les décisions.

Objectifs (2 jours)

La communication interpersonnelle constitue l'assise du bon fonctionnement en équipe, en groupe de travail ou au sein d'une entreprise. Cet atelier permet d'acquérir les notions d'une bonne communication interpersonnelle.

■ Exprimer ses idées

Adapter son discours à son interlocuteur.
Faire preuve de cohérence dans l'expression du verbal et du non-verbal.
Énoncer des idées précises, concises, structurées.

■ Écouter et poser des questions

Synthétiser le message.
Reformuler les propos.
Vérifier sa compréhension du message.
Décoder et vérifier le non-verbal.
Poser des questions pour obtenir des réponses concrètes.

■ Maintenir l'échange relationnel

Structurer son propos en fonction du but visé et avec tact.
Ne pas porter de jugement.
Découvrir et dénouer les obstacles à la communication.
Intervenir pour rétablir le lien en situation de conflit ou de malentendu relationnel.

■ Donner du feed-back

Annoncer ses intentions et rassurer son interlocuteur.
Donner le bon type de feed-back en fonction du contexte et au moment approprié.
Considérer les effets de ce feed-back.
Faire porter le feed-back sur des aspects pertinents et précis.

Objectifs (2 jours)

Maîtriser les techniques permettant de rendre plus efficace son travail avec les autres.

■ Participer ensemble à un projet commun

Savoir travailler avec un enjeu.
Se doter d'objectifs concrets de résultat.
Passer ensemble des objectifs à l'action.

■ Clarifier le rôle des différents interlocuteurs

Se mettre d'accord sur qui fait quoi et pour quand.
Définir ensemble le pouvoir et les limites de chacun.

■ Mettre au point la planification de l'action

Construire un calendrier avec les autres interlocuteurs.
Mettre sur pied les outils de contrôle et de suivi des étapes de la progression.

■ Repérer et traiter les blocages individuels et collectifs

Analyser les écarts.
Négocier ensemble et trouver les solutions.

■ Informer et être informé en permanence

Construire un réseau d'information pour une meilleure collaboration.
Savoir faire vivre l'information.

Objectifs (2 jours)

Maîtriser toutes les clés du succès de l'intervention orale pour prendre confiance en sa communication.

- Préparer efficacement son intervention orale
Déterminer quel est l'objectif principal et identifier le message essentiel.
Choisir le meilleur angle. Hiérarchiser l'information pour la dynamiser.
Utiliser les lois de proximité pour se rapprocher de son auditoire.
Connaître les 5 W et les utiliser pour mieux informer.
- Dépasser son trac
Tenir compte de son public et anticiper ses réactions.
Contrôler sa respiration pour se détendre.
Mieux connaître sa voix pour l'utiliser plus efficacement :
pose de la voix, volume...
Utiliser les regards et les gestes pour avoir plus de présence.
- Les règles pour le débat
Créer un climat de confiance. Susciter la participation du groupe.
Adapter son vocabulaire, éviter le jargon, les tics de langage, les sigles.
et les mots techniques. Faire face aux objections et garder la main.
- Réagir en situation difficile
Canaliser l'agressivité des participants.
Identifier les leaders et les isoler du groupe.
Tenir compte des rapports hiérarchiques.
S'imposer face à un spécialiste, garder sa crédibilité et son leadership.
- Tous les exercices sont enregistrés en vidéo

Objectifs (2 jours)

S'entraîner de façon intensive à communiquer oralement pour apprendre à faire face aux situations les plus imprévisibles et les plus conflictuelles

- Évaluation : exercice enregistré, analyse
- Préparer une intervention pertinente et percutante
S'assurer que l'on a choisi le bon objectif.
Prendre en compte les attentes et les besoins de son public.
Revoir les principes essentiels de construction du discours : l'angle le plus efficace, la hiérarchie de l'information, la pyramide inversée.
- S'entraîner à l'improvisation. Préparer son intervention en temps limité.
Choisir le message prioritaire et aller à l'essentiel.
Utiliser la notion d'angle pour gagner en cohérence et en précision.
Se mettre en condition favorable pour l'improvisation.
- Quel travail faire sur l'image qu'on a de soi
Avoir des points de repère pour se critiquer de manière constructive.
Identifier ses points forts et ceux à améliorer.
Trouver son style et gagner en naturel; travailler sa voix, son phrasé...
- Comment se comporter face à une situation de crise
Identifier les motifs de l'agressivité des participants pour la désamorcer.
Poser les bonnes questions pour comprendre la cause du problème.
Savoir expliquer et valoriser son action. Répondre aux journalistes les techniques de base de l'interview et savoir comment répondre à la presse.
S'entraîner à informer dans un contexte conflictuel.

Objectifs (2 jours)

Définir un mode de Management en harmonie avec sa personnalité et son équipe; acquérir les techniques d'animation et savoir insuffler une motivation forte pour développer les résultats.

■ Bien se connaître pour mieux Manager

Réaliser l'auto-diagnostic de votre personnalité.

Analyser les conséquences en matière de communication et d'Assertivité.

Réfléchir sur votre métier : Rôle, mission, responsabilité, compétences à mobiliser.

Comment élaborer votre Plan d'Actions Managérial (PAM).

■ Savoir écouter

Mettre en valeur votre équipe grâce à l'Ecoute Active

Développer la maîtrise de soi.

Comment développer une démarche positive.

■ Motiver votre équipe pour l'amener à la performance

Analyser chaque vendeur : motivations personnelles, compétences et résultats obtenus.

Organiser et distribuer les tâches motivantes.

Développer l'esprit d'équipe : réunions, lancement produit, salons...

Accompagner la progression collective et individuelle.

Développer une culture coaching, tutorat, formation.

■ Animer les vendeurs au quotidien

Donner du sens à votre action commerciale : Fixer les objectifs, déléguer.

Concevoir votre Plan d'Actions Commerciales (PAC).

Fédérer son équipe autour du PAC.

Comment mener des entretiens efficaces : entretien d'évaluation, réunion d'équipe.

■ Savoir traiter les situations conflictuelles

Faire face à la démotivation des commerciaux.

Savoir dire «NON» et s'affirmer.

S'entraîner à la résolution de conflits.

Comment prendre des décisions impopulaires.

Objectifs (2 jours)

Maîtriser les techniques de prospection et leurs outils; s'organiser et obtenir des RDV ciblés chez les prospects; mener efficacement votre premier entretien et développer vos ventes.

■ Préparer la prospection

Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de votre entreprise. Rechercher les prospects :

recherche de fichiers. analyse, segmentation et tests.

Préparer votre argumentaire.

■ Connaître les stratégies de prospection et leurs outils

Aller vers le prospect : Le mailing, le téléphone, la prospection directe, Internet.

Faire venir le prospect : Les salons professionnels, les réunions prospects, les VIP.

S'inviter chez le prospect : La recommandation, l'essai gratuit.

■ Maîtriser la prospection téléphonique

Découvrir les clés de la communication téléphonique. Prendre RDV : Techniques et méthodes.

Baliser les étapes de l'entretien.

Répondre aux objections : Objections prix. objections disponibilité.

Objections qualité.

■ Maîtriser la prospection physique

Conduire un premier entretien.

Identifier les principes de la communication.

Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure.

Découvrir les étapes clés de l'entretien.

Développer un climat de confiance.

[illegible]

Objectifs (2 jours)

Identifier les actions chronophages et y remédier; maîtriser les techniques de gestion du temps et les outils d'organisation personnelle.

■ Identifier votre relation au temps

Auto-diagnostic : Votre situation actuelle. vos activités «chronophages»: où perdez-vous du temps.

Votre discipline dans le travail. Votre méthode d'organisation.

Votre aptitude à vous contrôler et à communiquer.

(en interne, au téléphone, lors de vos rendez-vous)

■ Gérer votre Temps et vos Priorités

Découvrir et mettre en oeuvre les 4 actions-clés:

anticiper - hiérarchiser - planifier – contrôler.

Différencier Urgent et Important.

■ Optimiser votre capacité organisationnelle

Évaluer votre temps en entretien de vente.

Équilibrer votre charge de travail et planifier votre activité commerciale.

Diagnostiquer les places fortes de votre secteur et ses vulnérabilités.

■ Les outils pour gérer efficacement votre temps

Comment optimiser votre agenda. Utiliser les nouveaux moyens : ordinateur, agendas électroniques.

Développer votre communication grâce au mailing.

■ Le téléphone : outil central de votre efficacité

Les principes de base de la communication téléphonique.

Construire un plan d'entretien performant :

Être accessible. Être pertinent. Faire agir.

■ Gérer votre stress

Définir le stress. Connaître son mécanisme et ses réactions.

Identifier les sources du stress. Découvrir les remèdes adaptés.

Objectifs (2 jours)

Développer les compétences relationnelles et commerciales pour gérer efficacement les réclamations; apprendre à sécuriser un client qui réclame par le développement de la maîtrise de soi; transformer une rencontre conflictuelle en une recherche de solution commune.

■ Identifier le type de réclamation

Traiter la réclamation au téléphone. Traiter la réclamation en face à face.

Traiter la réclamation par écrit.

■ Se préparer à écouter et comprendre

Comment analyser une réclamation.

Comprendre les 4 comportements type de la personne et comment y répondre.

■ Dialoguer

Développer une attitude proposante, se centrer sur lui et le valoriser.

Reformuler pour recadrer l'ensemble. Savoir être attentif et courtois.

■ Résoudre

Comment clarifier et s'assurer des intentions communes.

Chercher les points d'accord et les valider.

Prendre des engagements concrets.

■ Formaliser

Choisir les mots justes et le style adapté :

utiliser des verbes d'action positifs.

Personnaliser la réponse pour valoriser votre client.

■ Établir le suivi

Quelles informations remonter, qui informer et pour quelles actions.

Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations.

Objectifs (2 jours)

Mettre en place une stratégie de fidélisation ; mettre en place un tableau de bord de fidélisation.

■ Visualiser les enjeux de la fidélisation

Le rôle du marketing relationnel face à la concurrence.
Développer le sens Client au sein de l'entreprise.

■ Définir une stratégie de fidélisation

Déterminer les clients cibles suivant leur importance.
Analyser les motivations de chaque segment de clientèle.

■ Préparer une opération de fidélisation

Analyser la relation Client avec les autres services de l'entreprise (ADV, technique).
Analyser les défections clients.
Analyser les actions de fidélisation de la concurrence.

■ Construire le Plan d'Actions de Fidélisation (PAF)

Clients privilégiés : Club, cartes de fidélité, parrainages et salons professionnels.
Agir sur la qualité des garanties et la réactivité du SAV.
Action de promotion : Tarif, produit, information privilégiée.
Mettre en place des actions de Marketing Direct.
Savoir analyser la rentabilité de ces actions.
Savoir faire un reporting quantitatif et qualitatif de la fidélisation.

■ Communiquer pour fidéliser

Intégrer le PAF aux Plans Marketing et Action Commerciale.
Définir un plan média adapté.

Objectifs (2 jours)

Améliorer l'accueil et l'écoute client pour véhiculer une image positive de votre entreprise; communiquer efficacement pour établir un climat de confiance ; gérer les situations difficiles dans la relation client pour fidéliser les clients.

■ Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils ?

Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités.
Comprendre les motivations de vos clients.
Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients.
Maîtriser les enjeux de la Relation Client.

■ Communiquer efficacement en face à face et au téléphone

Connaître les principes de base de la communication.
Maîtriser les attitudes à adopter face au client.
Se préparer avant le contact client.
Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes.
Optimiser la relation client.

■ Aborder les situations difficiles dans la relation client

Adopter le bon comportement dans une situation difficiles.
Analyser le dysfonctionnement et penser Solution plutôt que Problème.
Savoir expliquer en utilisant un discours positif et «non-technique».

■ Effectuer un suivi de la relation client

Établir un suivi du client pour pérenniser la relation.
Transmettre les informations en interne pour garantir la continuité de service.

Objectifs (2 jours)

Favoriser les démarches d'accueil pour refléter l'image de marque de votre société ;
Créer un climat convivial propice à la poursuite de l'action de vente.

■ Le rôle de l'accueil

Prendre conscience de l'importance de la satisfaction du client.
L'occasion pour le client de confronter ce qu'on lui a dit sur l'entreprise et la réalité.
Les enjeux d'une bonne présentation. Effectuer un diagnostic de votre style d'accueil.

■ Accueillir et mettre à l'aise en face à face ou au téléphone S avoir identifier les motivations du client

Les techniques de questionnement.
Analyser le temps dont dispose le client et ce qu'il attend de nous :
Traiter une réclamation.
Obtenir une documentation technique ou commerciale.
Être conseillé sur un modèle.

■ Savoir orienter le client

Identifier la demande réelle du client. Résumer ce qu'il souhaite.
Mettre en place des solutions adaptées à la demande du client.
Prendre congé du client et laisser une bonne image.

■ Savoir traiter les situations difficiles

Dépassionner le débat. Prendre le temps d'écouter. Rassurer et sécuriser le client (plan d'actions).
Traiter les objections sur un service de l'entreprise.

■ Savoir fidéliser la clientèle

Optimiser une relation de qualité. Se rapprocher du client pour en faire un véritable partenaire.
Les moyens à mettre en oeuvre pour fidéliser.

Objectifs (2 jours)

Maîtriser l'outil téléphone afin d'en faire un instrument régulier et performant de communication commerciale; acquérir des outils pour prendre rendez-vous, conseiller et vendre par téléphone.

■ Comprendre l'importance du téléphone dans l'action commerciale

La transmission du message. La gestion d'une image de marque.
La prise de rendez-vous.
L'organisation de rendez-vous.
Le conseil, l'écoute, la recherche d'informations.
La proposition, la vente, les situations difficiles.

■ Maîtriser les techniques et les spécificités de la communication téléphonique

Les outils essentiels du téléphone commercial :
La voix, l'écoute, le vocabulaire approprié; les attitudes positives, les règles d'or. La reformulation. La technique du questionnement.
La force du silence. La prise de note.

■ Préparer une communication téléphonique

L'organisation de vos fichiers. Le guide d'entretien :
Argumentaire. cahier d'objections.
La préparation des appels. La rédaction de la fiche contact.
L'analyse et l'interprétation des ratios.

■ L'action commerciale au téléphone

Les différents types d'action commerciale au téléphone : vente, création de trafic, conseil, relance, gestion des réclamations, fidélisation de vos clients, winback - reconquête de vos clients perdus.
La structure de l'entretien ou les 4C :
Connaître, Communiquer, Convaincre et Conclure.
Gérer le timing d'un appel. Utiliser la technique de «l'entonnoir» pour garder la maîtrise de l'entretien.

■ Prendre des rendez-vous par téléphone

Le barrage des secrétaires.
La présentation et la phrase d'accroche.

Objectifs (2 jours)

Connaître les bases de la vente B to B.

- Contexte et métiers
Renforcer les missions de base du vendeur.
Développer la structure de l'entretien de vente. Structurer son argumentaire.
- Renfort des missions d'un vendeur
Aide à la vente. Construction de l'image de marque.
Optimisation de l'organisation. Gestion de l'activité.
- Rappel de la structure d'un entretien de vente
Prise de conscience de méthodes et techniques de vente efficaces.
Rappels des différentes étapes d'un entretien de vente.
- Prise de contact
Prise de Rendez-vous par téléphone. Personnalisation du contact pour se démarquer. Annonce de l'objet de la visite sans dévoiler ses objectifs
- Maîtrise de la « découverte »
Identification des points d'appui pour l'argumentaire.
Décoder les motivations dominantes du client. Renforcer sa connaissance du client. Analyser l'environnement. Maîtriser les techniques de dialogue.
- Structurer l'argumentation
Identifier la définition d'un argument.
Traduire des caractéristiques produites en avantage pour le client.
Renforcer les bénéfices clients par des preuves chiffrées.
- Appuyer son argumentaire par des supports
Préparer ses supports. Adapter leur utilisation aux différentes étapes de l'entretien. Éviter les pièges.
- Préparer sa visite
Identifier la méthode de préparation.
Analyser pour identifier les opportunités commerciales.
Se fixer des objectifs. Lister les Caractéristiques / Avantages.
Construire la Découverte. Anticiper les objections. Trouver les réponses.
- Conclure la vente

Objectifs (2 jours)

Maîtriser les différentes étapes de l'entretien, de la préparation à la conclusion; connaître la structure d'un entretien de vente pour augmenter votre professionnalisme vis à vis de vos clients.

- Préparer un entretien de vente
Collecter les informations sur votre client.
Définir l'objectif et la stratégie de l'entretien :
Déterminer le processus décisionnel.
Connaître le poids et les motivations de chaque interlocuteur : décideur, prescripteur...
- Conduire un entretien de vente
Comment établir le climat de confiance nécessaire à la négociation.
Maîtriser les techniques d'observation et de synchronisation.
Développer vos capacités d'écoute et d'analyse grâce au questionnement actif.
Découvrir les applications, les besoins, les motivations et les valeurs du client.
Maîtriser l'art de la reformulation pour analyser et hiérarchiser les informations.
- Proposer une solution et argumenter
Comment montrer votre compétence de conseiller d'achat en développant chaque avantage de votre offre (Méthode CAB).
Utiliser les outils d'aide à la vente.
Présenter le prix de vos prestations.
Découvrir les 4 techniques pour convaincre.
- Garder le cap en cas d'objections
- Conclure pour vendre

Objectifs (2 jours)

Savoir choisir une tactique de négociation commerciale gagnante; s'entraîner aux différentes variantes de négociation difficile; développer ses capacités d'adaptation afin de maîtriser les enjeux et les processus de décision.

- Savoir préparer une stratégie de négociation
Analyser les plus de la préparation matérielle.
Cerner mieux la préparation psychologique.
Maîtriser les 13 types de négociation. Comment bâtir une stratégie gagnante en B to B.
Découvrir les 7 principes de la négociation.
- Séduire votre interlocuteur dès les premiers instants
Comment gagner la confiance de votre interlocuteur.
Pratiquer l'Ecoute Active : Créer une relation de confiance.
Rechercher la précision de l'information.
- Découvrir les motivations d'achat de votre client
Maîtriser la méthode des «3D» pour détecter les besoins et les motivations du client.
Comment synthétiser la problématique du client.
- Réussir une argumentation en toutes circonstances
Comment présenter efficacement une offre. Connaître les secrets d'une démonstration.
Construire et réussir un argumentaire. Comment se différencier de la concurrence.
- Traiter les objections avec professionnalisme
Comment anticiper efficacement les objections.
Déterminer l'art de faire accepter un prix.
Savoir défendre votre marge. S'entraîner aux différentes techniques de traitement des objections :
la reformulation, la redéfinition, l'engagement...
- Gérer une négociation difficile
- Savoir conclure avec succès

Objectifs (2 jours)

Comprendre l'importance du marketing dans l'entreprise; s'initier à la démarche marketing, à ses outils et à leur mise en pratique.

- De la fonction Marketing à un état d'esprit
«Tous marketeurs». La place de la fonction dans l'entreprise
Les nouveaux concepts : Trade Marketing, category management, veille Marketing, benchmarking.
Les différents types de Marketing : Direct, stratégique, opérationnel...
- Maîtriser la démarche Marketing
La trilogie classique : Besoin, Marché, Produit
Du stratégique à l'opérationnel.
- Analyser l'offre
Les outils d'analyse : Tests, panels, sondages...
La segmentation de l'offre. Le positionnement produit.
Les stratégies produites
- Connaître le consommateur
Les comportements et les motivations du consommateur: du besoin au renouvellement de l'acte d'achat
Les outils d'analyse : études quanti-quali, études de satisfaction
La segmentation clientèle.
- Choisir les marchés
La stratégie de marque ou de produits.
Le marché de masse ou les segments de marché
- Gérer votre portefeuille : composer le mix Marketing les «4 P»
- Élaborer le Plan Marketing Opérationnel
- Le Marketing de demain

Objectifs (2 jours)

Acquérir une méthodologie d'analyse du marché, des clients et de l'offre; identifier les indicateurs de son tableau de bord pour mesurer les résultats; définir son propre plan d'action commerciale.

■ Du Marketing au Plan d'Actions Commerciales (PAC)

Définir la démarche Marketing et ses étapes.
Établir le PAC, lien privilégié entre le Marketing et la Vente.
Mettre en place les conditions du succès.

■ Analyser l'existant, le point de départ du PAC

Visualiser le marché : volume, segmentation, évolution, potentiel
Mettre en place les outils de projection :
Études qualitatives et quantitatives, veille technologique.
Étudier la concurrence : Parts de marché, forces, faiblesses, tactiques, axes de pénétration.
Connaître le portefeuille produit :
Pénétration, cycles de vie, mix produits
Analyser son équipe de vente.
Établir une grille d'analyse de la performance.

■ Savoir prendre la décision

Comment déterminer ses priorités qualitatives et quantitatives : cibles, produits.
Avoir le meilleur choix tactique.
Découvrir les différentes méthodes de prévision des ventes.
Choisir les meilleurs moyens :
Adéquation, faisabilité, délai, coût, réactivité.

■ Mettre en place et lancer le Plan

Impliquer et motiver votre équipe grâce aux méthodes de communication.
Définir les procédures et TB. Quels indicateurs choisir.
Quand décider des actions correctrices.

Objectifs (2 jours)

Connaître les techniques de marketing direct et leur utilisation dans le cadre de la création du plan marketing direct; tirer profit des méthodes utilisées pour mettre en œuvre et piloter l'opération marketing direct.

■ Situer la place du Marketing Direct (MD)

Sa naissance, son développement et sa place aujourd'hui.
Les différentes applications. L'environnement juridico-économique.

■ Intégrer le MD dans la démarche marketing globale

Le marketing stratégique. La segmentation du marché, le choix des cibles et des produits ou des services.
La détermination des objectifs quantitatifs et qualitatifs.

■ Élaborer votre Plan Média en fonction des objectifs fixés

Les différents outils du MD et leur sélection :
Mailing, marketing téléphonique. L'impact des Nouvelles Technologies.
L'élaboration des tests et l'implication de la force de vente.

■ Simuler les résultats financiers du Plan Média

L'analyse du point mort. Le programme et la durée de vie d'un client.

■ Choisir les cibles et leurs sources

Les fichiers: Constituer, gérer, enrichir et sous-traiter.
Les supports de presse: utilisation et sélection.

■ Concevoir l'offre

Les règles de base quant au fond et à la forme.
Les différents modes de conception en fonction des outils.
Les astuces promotionnelles
(concours, remise, parrainage, club, garantie, essai gratuit).
Les techniques pour faciliter les réponses.

■ Lancer et gérer une opération MD

La phase de test. La gestion des réponses.
L'analyse des résultats et leur généralisation

RESSOURCES HUMAINES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec eu quam vel augue facilisis pharetra in vel diam. Praesent vel elit et libero placerat posuere
 perdiet est. Nullam ornare cursus lorem, vitae faucibus libero auctor interdum. Ut erat augue, posuere eget venenatis tincidunt, molestie sit amet diam. C
 blandit orci et felis venenatis tempor. Aenean sollicitudin dignissim diam a tincidunt. Proin pellentesque, elit non feugiat varius, arcu velit facilisis mag
 consectetur felis nulla sed ipsum. Etiam nec tortor eget gravida fringilla, arcu tellus euismod diam enim non ante. Vestibulum ar
 tellus dignissim tempus. Suspendisse blandit, odio sed gravida fringilla, arcu tellus euismod diam enim non ante. Vestibulum p
 primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 faucibus id nec enim. Sed vitae mi mi, et cursus lacus. Phasellus dolor sem, blandit et sollicitudin et, tincidunt quis elit. Suspendisse potenti. Vestibulum p
 id turpis lobortis pulvinar. Fusce ac felis enim. Nullam magna tellus, rutrum vitae blandit ac, fermentum id arcu. Mauris id est vitae lorem pulvinar dap
 nec dolor lorem quis rhoncus odio. Nullam sodales urna id egestas faucibus nullasapien volutpat augue id cursus orci tellus et purus. Quisque nec diam vel elit sagittis placerat et alorem. Nulla sodales just
 fringilla consectetur. Maecenas commodante cum porta nisl sollicitudin orci. Turpis fusce vehicula suspendisse metus id pretium porta et bibendum turpis id varius neque nec arcu. Quinunc arcu congue sed porta et imperdiet
 primis faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 risus id fringilla sollicitudin etiam arcu hendrerit. Nunc egestas interdum urna neque gravida risus sollicitudin vestibulum ante ipsum primis faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 nisl id fringilla sollicitudin etiam arcu hendrerit. Nunc egestas interdum urna neque gravida risus sollicitudin vestibulum ante ipsum primis faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 bus a egestas interdum urna neque gravida risus sollicitudin vestibulum ante ipsum primis faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 eget venenatis tincidunt, molestie sit amet diam. Curabitur blandit orci felis venenatis tempor. Aenean sollicitudin dignissim diam a tincidunt. Proin pellentesque, elit non feugiat varius, arcu velit facilisis magnaegeta consectetur felis nulla sed pu
 feugiat et sed lectus. Vestibulum ut sem massa, vel fermentum tortor. Integer sagittis risus at tellus dignissim tempus. Suspendisse blandit, odio sed gravida fringilla, arcu tellus euismod nisi, vestibulum euismod diam enim non
 ipsum grims in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 et sollicitudin et, tincidunt quis elit. Suspendisse potenti. Vestibulum porta et bibendum turpis id varius neque nec arcu. Quinunc arcu congue sed porta et imperdiet
 dolor lorem, quis rhoncus odio. Nullam sodales urna id egestas faucibus nullasapien volutpat augue id cursus orci tellus et purus. Quisque nec diam vel elit sagittis placerat et alorem. Nulla sodales just
 cenas commodante cum porta nisl sollicitudin orci. Turpis fusce vehicula suspendisse metus id pretium porta et bibendum turpis id varius neque nec arcu. Quinunc arcu congue sed porta et imperdiet
 ipsum grims in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metu
 porta nec, imperdiet faucibus mi. Nullam vel risus at odio fringilla sollicitudin et sit amet arcu. In sed nulla eros. Suspendisse lobortis commodante cum porta nisl sollicitudin orci. Turpis fusce vehicula suspendisse metus id pretium porta et bibendum turpis id varius neque nec arcu. Quinunc arcu congue sed porta et imperdiet
 pretium luctus sapien vulputate elementum. Morbi sed justo velit, nec bibendum justo. Vivamus nisl elit, eleifend sit amet rutrum ac, tempor ac ipsum. T
 porta nec, imperdiet faucibus mi. Nullam vel risus at odio fringilla sollicitudin et sit amet arcu. In sed nulla eros. Suspendisse lobortis commodante cum porta nisl sollicitudin orci. Turpis fusce vehicula suspendisse metus id pretium porta et bibendum turpis id varius neque nec arcu. Quinunc arcu congue sed porta et imperdiet
 blandit orci et felis venenatis tempor. Aenean sollicitudin dignissim diam a tincidunt. Proin pellentesque, elit non feugiat varius, arcu velit facilisis magnaegeta consectetur felis nulla sed pu
 blandit orci et felis venenatis tempor. Aenean sollicitudin dignissim diam a tincidunt. Proin pellentesque, elit non feugiat varius, arcu velit facilisis magnaegeta consectetur felis nulla sed pu

Objectifs (20 jours)

A l'issue du séminaire, les participants comprendront mieux les enjeux de la fonction Ressources humaines et acquerront les connaissances de base permettant de comprendre les liens entre les différents processus RH.

- Les différents domaines de la fonction Ressources humaines
Connaître l'évolution de la fonction RH et les grandes probl. GRH d'aujourd'hui.
Préciser les différents domaines de la fonction RH.
- Le recrutement
Identifier les phases clés et le rôle des différents acteurs dans la démarche.
Repérer les grandes étapes de l'entretien de recrutement.
- La rémunération
Comprendre ce qu'est un système de rémunération.
Différencier système de rémunération, paie et politique salariale.
- L'appréciation
Comprendre l'intérêt de mettre en place ou faire évoluer son système d'appréciation.
Comprendre les liens entre l'appréciation et les autres aspects de la GRH.
- La formation
Identifier les principales phases du processus.
Comprendre l'importance des 2 étapes qui encadrent la formation : l'amont et l'aval.
- La gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences
Savoir lire une carte des métiers et des compétences.
Connaître les différentes utilisations de la GPEC.
- Le climat social

Objectifs (2 jours)

Le participant sera capable de construire des tableaux de bord pertinents pour suivre et piloter sa gestion et ses coûts. Ces outils lui permettront de passer d'une démarche de contrôle des actions passées à une approche prévisionnelle.

- Identifier les domaines de pilotage de la fonction RH
La performance de la GRH et de la fonction RH.
Le pilotage de la dimension humaine.
- Mesurer la performance de la GRH
Acquérir la démarche pour construire les tableaux de bord sociaux.
Choisir les indicateurs pertinents.
Connaître les ratios de référence de la fonction RH.
- Construire des outils pour piloter la dimension humaine
Les outils et les acteurs de l'observation sociale.
Concevoir, réaliser et interpréter une enquête de climat social pour piloter les RH.
- Evaluer le contribution des RH aux grands objectifs de l'entreprise
Savoir présenter et vendre la contribution des RH.
- Mesurer la performance de la fonction RH
Faire un audit de performance de sa fonction RH. Repérer les gains de productivité possibles.
- Mettre l'ensemble des processus RH sous assurance Qualité.
- Passer du diagnostic au pilotage du progrès.
- Mettre en œuvre un contrôle de gestion sociale
Contrôler la masse salariale et les effectifs de l'entreprise.
Choisir les outils pour optimiser la pertinence de votre contrôle de gestion sociale.

Objectifs (2 jours)

En apprenant à se connaître, en s'entraînant à maîtriser les techniques d'entretiens, en respectant une éthique le participant acquiert un plus grand professionnalisme dans l'entretien de recrutement.

- Définir les besoins en compétences dans une approche prévisionnelle
Définir le poste, son évolution et le profil du candidat : identifier les compétences du poste et repérer les compétences clés pour gagner demain.
Hiérarchiser les compétences clés à rechercher au cours de l'entretien.
- Structurer l'entretien
Identifier les spécificités de l'entretien dans le cadre de la mobilité interne.
Rédiger la synthèse.
- Connaître les techniques d'entretien
Varier les attitudes d'écoute au cours de l'entretien.
Formuler les bonnes questions pour valider les compétences par des faits concrets.
S'entraîner à la reformulation.
- S'entraîner activement à l'entretien de recrutement
Pratiquer des jeux de rôle.
Mener un entretien pour mesurer les aptitudes et le potentiel du candidat.
- Vérifier l'adéquation entre les compétences recherchées et les comportements manifestés au cours de l'entretien
Vérifier les compétences déterminées dans le profil.
Utiliser un questionnement pour les aptitudes les plus souvent recherchées.

Objectifs (2 jours)

Pour accompagner les changements dans les entreprises, la fonction RH se réorganise pour mieux participer à la création de valeur. En plaçant la compétence au cœur des processus de la GRH, elle pourra efficacement contribuer à faire de la gestion des hommes un véritable avantage concurrentiel.

- Anticiper les évolutions majeures de l'entreprise et leurs conséquences en terme d'emplois et de compétences
Analyser les facteurs d'évolution de l'entreprise.
En fonction des évolutions, construire des scénarios de gestion des R.H.
- Positionner la GPEC dans la GRH
Articuler le concept de la GPEC avec les outils classiques de la GRH.
Situer la GPEC dans la stratégie de l'entreprise.
- Utiliser les outils de la GPEC
Construire un référentiel des emplois.
Choisir l'approche de la compétence la plus adaptée.
- Connaître les ressources et les compétences de l'entreprise
Utiliser une approche quantitative pour connaître la structure actuelle des emplois.
Faut-il informatiser la gestion des compétences ?
- Mettre en place une véritable politique de GRH en utilisant la démarche compétences
Faciliter les recrutements en utilisant une terminologie commune.
Connecter le plan de formation à la stratégie de l'entreprise.
- Communiquer pour garantir le succès de la démarche
Construire son projet de GPEC et son plan de communication.
Présenter et vendre la plan d'action en adaptant le message aux acteurs.
Faire de l'encadrement le premier acteur en matière de compétences.

[illegible]

Objectifs (2 jours)

Utiliser MS Project pour mieux gérer ses projets avec ou sans gestion des ressources.

- Caractéristiques du progiciel et de ses domaines d'application
- Le paramétrage et la personnalisation du logiciel
 - Les options et le calendrier de base.
 - Les informations de base sur le projet.
- La planification des tâches
 - Les différents types de tâches (jalons, principales et récapitulatives).
 - Saisie des tâches et de leurs relations.
 - Différents affichages des tâches à l'écran : les tables.
- Les ressources
 - Saisie des ressources, coût et calendrier des ressources.
 - Affectation et règles d'affectation des ressources.
 - La gestion des sur-utilisations des ressources.
 - L'audit manuel et l'audit automatique des ressources.
 - Priorité des tâches.
- Les différents affichages, tables, filtres et rapports
 - Afficher, modifier, supprimer, regrouper et imprimer.
 - Personnaliser les champs.
 - La fonction «organiser».
- Le suivi du projet
 - Saisie de l'état d'avancement du projet, le Suivi du travail

Objectifs (2 jours)

Acquérir les fonctionnalités avancées du logiciel MS Project et consolider ses connaissances sur la dernière version.

- Le multi-projet
 - Liaison entre la tâche et le projet.
 - Liaison entre projets.
 - Consolidation des projets.
 - Exporter ou importer des données avec d'autres logiciels.
 - Création de modèles.
- La maîtrise des ressources
 - Le partage des ressources entre les projets.
 - Changement des coûts des ressources durant un projet.
 - Le triangle de performance.
- Chemin critique
 - Identifier le chemin critique.
 - Établir le réseau, calculer la marge manuel ainsi que la marge sur Ms Project.
- Le travail collaboratif avec MS Project
 - Avertir les ressources de leur affectation.
 - Demander aux ressources leur avancement, gérer les feuilles de temps.
 - Les supports de communication (messagerie, web).
 - Travailler conjointement avec Outlook.

[illegible]

Objectifs (5 jours)

La formation professionnelle « rédiger pour être compris » vous permet d'acquérir ou de revoir les techniques d'écriture journalistique indispensables à la bonne compréhension de vos lecteurs. Découvrir les réflexes professionnels communs à tous les journalistes.

Ecrire pour être compris par son lecteur.

- Les principes de l'écriture informative
 - Le processus de lecture et ses conséquences sur la bonne transmission d'un message.
 - L'importance de la connaissance du public.
 - Le rôle des niveaux de lecture.
 - Les critères de choix et de hiérarchisation de l'information.
 - Le message essentiel.
- La recherche d'un angle
 - Il n'est pas possible de tout dire dans un seul et même article ; pour écrire clairement, il faut choisir un angle.
 - Le message à transmettre. - Savoir répondre aux questions du lecteur.
- La construction de l'article
 - La construction des phrases et le choix du vocabulaire.
 - Le plan. La mesure de la lisibilité d'un texte.
 - Les attaques et les chutes.
- Chapeaux, titres et intertitres
- Rédiger une brève
 - Réécriture d'un article très court. - Les avant-papiers.
 - Les papiers d'annonce.
- L'illustration d'un article
 - Rédaction des légendes de photos.
 - Utilisation des cartes, schémas et graphiques.
- Retravailler l'information
 - Écriture d'un article à partir d'une documentation.
- Panorama des genres journalistiques
 - La brève, le compte rendu, l'interview, le portrait, le reportage, l'enquête
- Dossier de presse
 - Écriture d'un article à partir du dossier de presse remis au stagiaire.
 - Corrections. Analyse des publications des stagiaires

Objectifs (3 jours)

Acquérir le flair et la méthode pour identifier les bons sujets et les divers angles possibles.

- L'angle, une notion purement journalistique
 - La différence entre un sujet et un angle.
 - Les différents éclairages d'un événement.
 - Angles « événements » et angles thématiques.
 - Travaux pratiques de repérage d'angles dans la presse.
 - Comment construire un angle à partir d'une information passée inaperçue ?
 - Travail pratique sur les angles annexes et les angles complémentaires.
 - Exercices sur les centres d'intérêt des lecteurs.
 - Angles et lois de proximité. Les sujets porteurs.
 - Les thèmes porteurs et le travail sur leur faisabilité.
 - Recherche d'angles sur mesure pour différents supports.
- Les techniques pour dégager les angles
 - Les changements de perspective : humanisation, phénomènes de société...
 - Application : comment trouver dix angles intéressants à partir d'une même information ?
 - Apprendre à capter l'insolite et le méconnu.
 - Elargir la recherche documentaire pour resserrer son angle.
 - L'agrégation d'angles, une méthode qui donne des résultats.
 - Exercices à partir de l'actualité de la semaine.
- Le rôle des genres journalistiques dans la diversification des angles
 - Les sujets d'enquête : exercices d'élaboration de synopsis.
 - L'angle du portrait : miser sur la recherche d'informations sur les personnages.
 - Affiner l'angle du reportage : la collecte des informations au service de l'angle.
- L'importance de l'observation.
 - Trouver des sujets d'interviews originaux : repérer des angles nouveaux pendant l'entretien. - Le traitement des « marronniers » :
 - Recherche d'angles « genres » sur la rentrée scolaire.
- Présenter et tenir son angle
 - Le rôle de la conférence de rédaction pour déterminer et recadrer les angles.

Objectifs (2 jours)

Pratiquer intensivement les techniques de recherche de titres et de création d'accroches attractives. Améliorer la qualité et la vélocité de sa production.

- Les règles de base d'un bon titre
 - Ce qui le distingue.
 - Définir les fonctions des titres informatifs, incitatifs ou allusifs.
 - Connaître les éléments indispensables d'un titre.
 - Valoriser un journal par ses titres.
- Recherche et production d'idées
 - Techniques et procédés favorisant la production d'idées.
 - Training créatif sur le rôle et la force des mots générateurs d'idées.
- Rédiger des titres incitatifs
 - Acquérir les méthodes de titrage par analogies, métaphores, oppositions, jeux de mots, détournements, allitérations...
 - Enrichir et épurer des titres incitatifs. Exercices.
- Informer et captiver
 - Surprendre le lecteur avec des titres et des images.
 - L'informer avec des mots qui le captivent et le retiennent.
- Le rythme au service des titres
 - Les titres qui chantent, ceux qui grincent.
 - Les titres sonores : ceux qui percutent, ceux qui « persécutent ».
 - Applications.
- Comment titrer différemment selon les genres journalistiques
 - Entraînement aux différents types de titres produits par la presse généraliste, spécialisée et institutionnelle.
 - Travaux pratiques pouvant reposer sur des documents apportés par les stagiaires.

Objectifs (3 jours)

Apprendre à introduire le plus d'informations possible dans un espace limité, tout en conservant un rythme d'écriture.

- Donner le message essentiel en peu de mots
 - Quand choisir un format court ?
 - Pour quel type de sujets ?
 - Les critères de l'article court et dense.
 - La prise en compte de la contrainte des lois de proximité.
 - La mise en évidence de messages essentiels.
 - Travaux pratiques : recherche d'angles.
- Comment « faire court » tout en livrant un maximum d'informations
 - Entraînement à travers la rédaction de brèves.
 - Exercices à partir de l'actualité de la semaine.
 - Identifier les facteurs de longueur.
- Couper les textes sans les amputer
 - Supprimer les répétitions.
 - Couper les paragraphes.
 - Réduire un article long et le rendre passionnant :
 - Comment distribuer l'information ?
 - Chasser les éléments inutiles, les clichés, les redondances, les lourdeurs.
- Enrichir l'habillage des textes courts : les techniques d'accroche
 - Les techniques pour densifier titres, chapeaux, accroches, inters, légendes, attaques, chutes et relances.
- Ecrire sous format imposé
 - Le traitement « à longueur variable » des informations.
 - Rédaction d'une information en cinq, quinze, vingt-cinq et cinquante lignes.

Objectifs (5 jours)

Savoir choisir et prendre contact avec le bon interlocuteur, préparer ses questions, mener l'entretien et mettre en forme les propos recueillis.

- L'interview : démarche d'investigation et genre journalistique
La finalité de l'interview.
Les différentes déclinaisons de l'interview. - Leur exploitation.
- La préparation
La prise de contacts, la documentation.
La mise au point du questionnaire : l'arme absolue de l'interview.
Préparer les questions suivant le type d'interviews.
Scénarisation des questions.
- La conduite
Les relations intervieweur / interviewé,
une dimension psychologique à maîtriser.
La prise de notes. L'utilisation du magnétophone.
Le type d'informations à recueillir. - Réalisation d'interviews.
Corrections avec vidéo de derushage
d'interview réalisée par le stagiaire.
- L'écriture
Sélection des informations. - Le respect du ton.
Que doit-on réécrire ? Sous quelle forme ?
Le message essentiel, l'angle et le plan.
Comment rattraper une interview ratée ?
- L'habillage
Les titres citations.
Les différents chapeaux.
- Exercices
Ecriture d'interviews.
Interviews courtes dont « trois questions à... ».
Interviews au téléphone. - Interviews portrait.
- Le cadre juridique de l'interview

Objectifs (3 jours)

Réussir un portrait par la maîtrise des techniques rédactionnelles de base et des genres journalistiques.

- Du bon usage du portrait
La place du portrait parmi les genres.
L'interview portrait. Le portrait reportage.
Les portraits d'encadrés :
focus, parcours en cinq grandes dates, en vue...
Les portraits à éviter.
- Se préparer
La prise de contacts : techniques d'approche
et organisation des rencontres.
Le choix de l'angle.
La recherche et la collecte d'informations.
Les sources périphériques sur la personne à interviewer.
- Savoir interroger la personne
Savoir la faire parler d'elle-même, gagner sa confiance.
Recueillir des témoignages d'autres personnes.
Prendre le recul nécessaire.
Les précautions à prendre.
Le droit de relecture.
- L'écriture
La construction du plan.
Opter pour la bonne répartition :
détails, citations, anecdotes, descriptions.
L'importance de l'attaque et de la chute : exercice, réécriture.
- L'habillage
Les titres, les chapeaux, les exergues et légendes.
Réalisation de portraits et écriture
Correction du travail effectué.

Objectifs (5 jours)

Appréhender les caractéristiques et les méthodes de l'enquête, perfectionner son écriture. Adapter son écriture au style enquête.

- Le dossier enquête : un genre propre à la presse d'entreprise
Définition des types de dossiers enquête.
Comment évaluer et valider l'information consacrée au dossier ?
La place accordée au dossier dans le chemin de fer. - Définir un angle.
- Valider et regrouper les informations
Identifier les ressources en interne.
Privilégier les contacts externes pour valider les sources.
Un style dense, concis, efficace : traiter un sujet en 650 ou 120 signes.
- Les techniques de rédaction du dossier enquête
Les différents plans possibles. - Les règles de lisibilité et d'écriture.
Instiller de l'interview dans le dossier enquête.
Savoir exploiter les encadrés et les exergues.
Améliorer la mise en scène de votre dossier.
- Déjouer les pièges du dossier enquête
Ne pas se laisser enfermer dans le compte rendu.
Donner du corps et du nerf à son texte.
Savoir alterner le « chaud » (les sens) et le « froid » (actu, infos, chiffres...).
- Rédaction d'un dossier enquête
Corrections et mise en commun.
Bilan de la formation.

Objectifs (2 jours)

Acquérir les clés de l'écriture magazine grâce à un entraînement intensif à l'écriture et à la réécriture à partir de ses propres articles ou de ses projets de papiers.

- Ecrire « light »
Alléger ses papiers en les débarrassant des tics d'écriture, redondances, mots impropres, formules béotiennes, clichés...
- Applications pratiques
Rédaction d'un papier mag.
Analyse des forces et des faiblesses de style des papiers rédigés par les participants.
Délester la syntaxe de tout ce qui l'alourdit et l'affadit.
- Ecrire avec du « punch »
Le ton d'un papier mag attire le lecteur, son rythme le retient.
Adopter un style actif, des formules imagées.
Changer de rythme avant que le lecteur ne change de page...
- Applications pratiques
Réécriture d'un papier « tsé-tsé » .
- Ecrire à « angles vifs »
L'originalité de l'angle, élément essentiel.
- Applications pratiques
Entraînement intensif à sortir de la routine.
Mettre son imagination au service de la recherche d'angles.
- Ecrire « imagé »
Le plaisir est primordial dans la lecture d'un magazine.
Un seul moyen : scénariser les sujets.
- Applications pratiques
La boîte à outils du journaliste mag : analogies, comparaisons, métaphores, procédés.

Objectifs (3 jours)

Maîtriser les principes d'écriture adaptés à la lecture à l'écran. Rédiger, corriger, adapter un contenu éditorial destiné à une consultation en ligne.

- L'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus
Les caractéristiques et contraintes de la lecture à l'écran. Comment en tenir compte concrètement dans la production de contenus ?
Les différences entre l'approche « papier » de l'édition traditionnelle et l'approche « écran » d'un site web.
Les critères « d'utilisabilité » à prendre en compte pour améliorer la lisibilité des textes, faciliter la navigation entre les contenus...
Recommandations ergonomiques sur l'habillage graphique, l'écriture des textes, la construction des phrases, le choix des mots, des typographies, des couleurs...
- Les techniques d'écriture efficaces pour un site internet
Concevoir des entrées multiples adaptées aux profils des lecteurs, pour une arborescence et une hiérarchisation efficaces de l'information.
Rédiger des contenus pour être consulté et lu.
Connaître les utilisateurs pour produire une information pertinente.
Enrichir son contenu textuel avec des éléments multimédias appropriés.
Les règles rédactionnelles à mettre en place. Comment décliner les genres journalistiques : brève, interview, reportage... ?
Quelles spécificités rédactionnelles pour la page d'accueil ?
Concevoir et mettre en scène les liens hypertextes.
- Comment réécrire et adapter des articles existants
Comment optimiser et mettre en ligne correctement des contenus papier ?
Les techniques d'adaptation et de réécriture de contenus textuels.
Choisir des liens pertinents et des fonctionnalités adaptées aux usages.
- Exercices d'application
Analyse de traitements éditoriaux, exercices d'écriture, adaptation d'articles.

Objectifs (2 jours)

Prendre le temps et le recul nécessaires pour analyser votre style.

- La première journée
Vous relevez ce qui nuit à l'intérêt et à la lisibilité de vos écrits.
Vous débarrassez votre syntaxe de tout ce qui peut l'alourdir et l'affadir.
- La seconde journée
Vous donnez du nerf à vos articles pour les rendre plus attractifs.
Profitant de l'expérience acquise la veille, vous reconstruisez, mot à mot, certaines parties de vos papiers : titres, chapeaux, attaques, relances, intertitres ou chutes.
- Comment optimiser votre participation à cet atelier
- En apportant le maximum de vos publications.
Après cet atelier intensif, vous serez :
 - plus vigilant sur la forme et le fond,
 - très attentif à la qualité des niveaux de lecture,
 - sans complaisance vis-à-vis des clichés, poncifs et lieux communs.

Objectifs (3 jours)

Trouver ou retrouver le plaisir d'écrire avec son propre style. Surmonter l'angoisse de la page blanche quel que soit le sujet à traiter. Libérer son écriture de tout ce qui l'alourdit, la complique et l'affaiblit.

- Le premier jour, vous libérez votre écriture...
En découvrant comment les idées générales occultent les idées originales.
En écrivant avec votre propre style et non pas en reproduisant tel modèle, telle forme...
- Le deuxième jour, vous enrichissez votre style...
En expérimentant intensivement : analogies, comparaisons et métaphores applicables à l'écriture journalistique.
- Le troisième jour, guidé par l'animateur, vous profitez de l'expérience acquise les jours précédents...
Pour porter un regard critique sur vos documents et ceux apportés par les participants. Vous réécrivez si nécessaire : titres, accroches, chapeaux, attaques ou chutes.
- Vos bénéfices après ces trois jours d'atelier
Votre style sera plus riche, plus fluide, concis et clair.
Vous ne connaîtrez plus jamais l'angoisse de la page blanche.
Vous serez plus exigeant vis-à-vis de vos écrits.
Vous trouverez facilement des idées pour traiter vos sujets.

Objectifs (3 jours)

Gagner en liberté de style sans enfreindre les règles de l'écriture informative. Rédiger des textes incitatifs et percutants.

- Le premier jour
Après une remise en train créative, vous vous exercez à booster les différents niveaux de lecture d'un papier banal
- Le deuxième jour
Vous expérimentez dix procédés journalistiques qui donnent du piment aux marronniers.
- Le troisième jour
Vous choisissez un des outils acquis la veille pour traiter un sujet banal sous un angle original et intéressant (sujet retenu en fonction de l'actualité).
- Vos bénéfices après ces trois jours d'atelier
Votre style sera tonique.
Vous saurez comment rendre intéressante une information récurrente.
Vous aurez expérimenté dix procédés qui ont fait leurs preuves.

Objectifs (1 jour)

Se familiariser avec le traitement de l'information adapté au support mobile.

- Quelles informations pour le mobile
 - Les acteurs d'un secteur très concurrentiel.
 - Les différents produits d'information accessibles à partir d'un mobile : les portails, les MMS, les SMS.
 - Les opportunités d'un tel vecteur d'information. Quelles précautions prendre ?
- Les particularités rédactionnelles
 - Une exigence professionnelle nécessaire par rapport au format : respect de la ligne éditoriale.
 - Le sens de la hiérarchie de l'information.
 - La maîtrise parfaite de l'angle.
 - Un style dense, concis, efficace : traiter un sujet en 650 ou 120 signes.
- Quel modèle économique
 - Les pistes explorées par les acteurs.

Objectifs (3 jours)

Prendre le temps et le recul nécessaires pour analyser votre style.

- Au cœur de l'écriture marketing : la créativité
 - Entraîner son cerveau à sortir du cadre pour rédiger avec inventivité et non pas en reproduisant tel modèle de lettre de vente, telle accroche ou formule.
 - Découvrir comment « on réinvente l'eau chaude » en croyant innover.
 - Expérimenter intensivement les procédés applicables à l'écriture marketing.
 - Test : les drivers de l'écriture marketing.
- L'esprit « écrit vendeur »
 - Comment éviter la corbeille à papier : pièges à repérer, mots à bannir.
 - Le style qui fait vendre, agir ou adhérer : vocabulaire, ton, présentation.
 - Outils pour accrocher tout de suite.
 - Techniques pour trouver la promesse attractive.
 - Conseils pour rédiger un document qui se distingue des autres.
 - Test : l'egomètre.
 - Mise en pratique : création d'accroches, formulation de promesses, rédaction d'une lettre de vente.
- Atelier plaquettes
 - Théorie : principes de communication écrite applicables à toute forme de plaquettes.
 - Exemples commentés de documents réussis et ratés.
 - Analyse des documents produits par les stagiaires.

Objectifs (2 jours)

S'entraîner intensivement à rédiger toute forme d'accroche marketing, publicitaire, de communication. Trouver facilement des idées pour développer son imagination et déceler, illico, les forces et les faiblesses d'une accroche.

- Pourquoi certaines accroches fonctionnent et d'autres pas ?
Comprendre ce qui donne ou ne donne pas de punch aux accroches, ce qui peut les enrichir ou les appauvrir.
Les six « fonctions qui fonctionnent ».
- Confusion entre communiquer et informer.
- Comment être vu et accrocher en un quart de seconde ?
Structure des accroches qui percutent.
- Le vocabulaire accrocheur.
Les verbes et adjectifs « vers luisants ».
- L'idée maîtresse, sa recherche et son exploitation
Définition du type d'accroche à adopter selon la cible.
Choix de la fonction de son accroche.
Valorisation de l'idée à transmettre. - Forme et présentation.
- Training créatif
Exercices d'écriture créative permettant d'écrire ses accroches en « technicolor ».
- Tous les trucs pour réussir vos accroches
Techniques de création d'accroches.
Procédés permettant de donner du punch à ses accroches.
- Accrocher sous tous les angles
Guidé par un expert, vous profitez de l'expérience acquise la veille pour passer d'une accroche ordinaire à une accroche percutante, quel que soit le support écrit.
Les participants sont invités à présenter des cas d'accroches difficiles à rédiger

Objectifs (10 jours)

Acquérir les repères indispensables sur les moyens à mettre en œuvre pour lancer une publication d'entreprise.

- Rappel des fondamentaux
- Les techniques de base de l'écriture informative
Angle. Message essentiel.
- Plan adapté au sujet et à la cible. Hiérarchisation.
Comment utiliser les genres journalistiques ?
Vocabulaire et construction des phrases.
Habillage rédactionnel : titres, chapeaux, intertitres.
- Préparation de la copie
Code typographique, règles de saisie.
- Protocole de relecture.
- Travaux d'écriture
- Réalisation d'une publication
- La conférence de rédaction
Rencontre du client, définition du chemin de fer.
La commande des sujets. - La prise de rendez-vous par téléphone.
Définition des angles des papiers, des illustrations.
Validation avec la rédaction en chef.
- Travail sur le terrain
Collecte des informations. - Réalisation d'interviews et de reportages.
Rédaction d'un portrait.
- Ecriture des textes, secrétariat de rédaction et habillage
- Maquette, relecture des pages montées et bon à tirer
- Conférence critique

Objectifs (1 jour)

Cet atelier a pour objectif d'améliorer l'efficacité et la pertinence de votre journal interne. Il propose de passer en revue les publications des stagiaires afin de mettre en exergue les sources et leviers d'amélioration.

- Présentation de la méthodologie d'audit de fond et de forme de votre journal interne
Présentation de la grille de lecture.
- Évaluation des forces et des faiblesses de votre communication
Maquette, mise en pages, charte graphique, couverture.
Style, titres, accroches, chapeaux, la ligne éditoriale.
Organisation interne, composition du comité de rédaction, correspondants, coût, diffusion.
- Audits croisés
À partir des publications des stagiaires passage en revue des différents journaux.
- Exploration des voies d'amélioration pour chacune des publications
Propositions d'amélioration avec de nouvelles formules.
Exercices pratiques d'entraînement sur les points faibles.

Objectifs (2 jours)

Savoir réaliser une revue de presse en fonction de ses lecteurs. S'adapter aux différents genres de revues de presse.

- Une revue de presse pour quoi faire
Déterminer les objectifs avec clarté.
Les différents types de revues de presse : quotidienne, hebdomadaire, mensuelle... de reproduction, d'analyse ou de synthèse.
- Choisir un type de revue de presse
La cible, la périodicité, le délai de diffusion.
- Les conditions de bonne réalisation d'une revue de presse
Se positionner dans l'entreprise. Connaître la presse. Éviter l'autocensure.
- Exercices : Repérage des rubriques dans divers quotidiens nationaux et régionaux
Connaître les genres journalistiques. - Savoir dépouiller la presse.
L'importance de l'identification : page de garde.
Savoir citer. - Exemples de revues de presse écrite ou radio.
Le vocabulaire utilisé.
- Les rubriques de la revue de presse
Savoir classer par thèmes, par genres.
- La revue de presse reproduction (ou panorama de presse)
Hiérarchisation de l'information. Exercices basés sur les quotidiens nationaux.
- La revue de presse synthèse (ou analyse)
Savoir restituer le regard des journalistes sur l'information.
L'angle du traitement de l'information. - Exercices de rédaction de synthèses.
- La revue de presse thématique
Les participants choisissent un thème dans leur secteur.
- La mesure des retombées presse
Les outils existants.
- Internet et la revue de presse.
- Analyse des revues de presse apportées par les stagiaires

Objectifs (5 jours)

Acquérir les bases pratiques du secrétariat de rédaction.

- Connaître son lecteur
Le processus et les niveaux de lecture.
Les différents centres d'intérêt.
- Préparer le texte
Maîtriser le code typographique.
Travail pratique de relecture et de préparation de la copie.
- Améliorer la qualité des textes
Simplification du vocabulaire, structure des phrases.
Éliminer les redondances.
Raccourcir un texte sans le dénaturer.
- Repérer le message essentiel
Mise en valeur.
- Restructurer, réécrire.
Travaux pratiques.
- Habiller l'information
Apprendre à rédiger titres, chapeaux, intertitres, légendes, exergues et relances.
Les différents habillages selon les genres journalistiques.
- Connaître l'ABC de la typographie
Les styles et familles de caractères : définitions et classifications.
La lisibilité typographique.
- Travaux pratiques
Habillage et rapport titre/image.
- Réécriture.
Réalisation de pages de magazine.

Objectifs (3 jours)

Consolider et compléter les connaissances acquises lors du niveau 1.

- Maîtriser les techniques de réécriture
Réécrire à bon escient : du simple toilettage (vocabulaire, phrases, ponctuation) à la restructuration d'un texte.
Ventiler un article trop long en plusieurs papiers.
Remanier un texte sans le dénaturer. - Travaux pratiques.
- Améliorer la qualité de l'habillage rédactionnel
Soigner tous les éléments de l'habillage.
Dynamiser le rapport titre/image.
Peaufiner les relances.
- Travailler sur une formule rédactionnelle de mise en pages
Analyse d'exemples.
- Le rôle du visuel et l'utilisation de l'image
Le rôle informatif de la photographie.
Ce que l'on doit savoir de la couleur.
Concevoir et commander une infographie.
- La place du secrétaire de rédaction dans l'organisation du journal
Circulation de la copie.
Planning.
- Chemin de fer.
- Suivi de fabrication.
- Le SR face au droit de la presse
Droit de l'image, droits d'auteur, propriété intellectuelle

Objectifs (5 jours)

Maîtriser les techniques d'écriture journalistique sur le terrain. Pratiquer les différents genres adaptés aux exigences du réel.

- Rappel sur les acquis des techniques de base de l'écriture informative
Message essentiel, angle, plan.
Articles de synthèse.
Brèves et filets.
- Initiation au reportage en extérieur
Réalisation, rédaction, correction et analyse.
- Compte rendu vidéo
Après visionnage, écriture d'un compte rendu.
Corrections.
- Conférence de presse : mise en situation
Les stagiaires assistent à une conférence de presse réelle.
Exercice de prise de notes.
Jeu de questions / réponses.
- Interview écrite
Exercice de sensibilisation
- Portrait : réalisation d'un portrait sur la base d'une rencontre avec le sujet réel du portrait
Ecriture, critiques.
- Analyse des publications des stagiaires

Objectifs (3 jours)

Gagner en concision. Améliorer l'impact de vos écrits pour en faire des textes réellement vendeurs.

- Au cœur de l'écriture marketing : la créativité
Entraîner son cerveau à sortir du cadre pour rédiger avec inventivité et non pas en reproduisant tel modèle de lettre de vente, telle accroche ou formule.
Découvrir comment « on réinvente l'eau chaude » en croyant innover.
Expérimenter intensivement les procédés applicables à l'écriture marketing.
Test : les drivers de l'écriture marketing.
- L'esprit « écrit vendeur »
Comment éviter la corbeille à papier : pièges à repérer, mots à bannir.
Le style qui fait vendre, agir ou adhérer : vocabulaire, ton, présentation.
Outils pour accrocher tout de suite.
Techniques pour trouver la promesse attractive.
Conseils pour rédiger un document qui se distingue des autres.
Test : l'égomètre.
Mise en pratique : création d'accroches, formulation de promesses, rédaction d'une lettre de vente.
- Atelier plaquettes
Théorie : principes de communication écrite applicables à toute forme de plaquettes.
Exemples commentés de documents réussis et ratés.
Analyse des documents produits par les stagiaires

Objectifs (1 jour)

Savoir prendre des notes efficaces en fonction de l'utilisation future.

- Quelle prise de notes pour quel écrit
À chaque objectif sa méthode.
Mémorisation, archivage, écriture.
- Distinguer l'essentiel du superflu
Préparer son carnet de notes pour une réunion,
un entretien téléphonique, une interview.
Les abréviations : trouver son code personnel et s'y retrouver.
- Gagner du temps à l'écriture
Bien exploiter ses notes : mémoire immédiate, mémoire sélective.
Hiérarchiser les informations recueillies.
- Exercices pratiques
À partir de documents sonores.
À partir de documents écrits.

Objectifs (3 jours)

Que nous apporte l'analyse des innovations gagnantes en presse et dans les médias sur ces dernières années ? Comment internet change-t-il et enrichit-il la vie des titres de presse dans de nombreux domaines ? Contenus éditoriaux, marketing, publicité et diffusion, de nouvelles recettes émergent qui donnent jour à de nouveaux business modèles.

- Les innovations qui ont fait bouger la presse depuis 2000
Formats. - Prix.
Plus produits. - Déclinaison de marque.
Marketing comportemental et BDD.
Gratuits. - Internet.
- Les ressorts de l'innovation dans les médias
- Atelier de créativité : quelles innovations pour votre titre
- Le couple papier/internet, les innovations gagnantes
- Contenus éditoriaux
Quelles informations pour quels supports ?
Un nouveau modèle d'organisation : la logique bi-média.
Quelques exemples de sites.
- Le web marketing
Créer et développer un site : les étapes à suivre.
Référencement, partenariats, échanges de liens, mots-clés, affiliation...
pour développer l'audience.
- L'interactivité promotionnelle entre le net et le papier
Mener des études en ligne efficaces et à moindre coût.
Un canal économique de recrutement.
Comment développer le CA par client ?
Le kiosque électronique.
- La nouvelle donne des recettes publicitaires
Evolution des produits commercialisés
Formats classiques et émergents, tarification.
Mesures d'audience existantes et techniques de vente.
Approche de nouveaux business modèles

Objectifs (1 jour)

Apprendre à travailler malin et à se servir des bons outils pour percer à jour les attentes des lecteurs. Comment, ensuite, les satisfaire dans la durée ? Rédaction et marketing forment un couple gagnant pour fidéliser les lecteurs.

- **Le couple gagnant rédaction marketing**
Identifier les différentes cibles et leurs attentes.
Analyse des cibles de titres de différente nature.
Alchimie éditoriale et contrat de lecture.
- **Connaître ses lecteurs**
Panorama des différentes études : objectifs, méthodologies, coûts.
A chaque problématique, son type d'étude.
Faire parler les données commerciales.
Rapidité, économie, interactivité : l'apport d'internet.
- **Satisfaire ses lecteurs**
Marketing, l'affaire de tous : rédaction, diffusion, publicité.
Une synthèse pour l'action : la charte rédactionnelle.
Faire évoluer son journal sans perdre les anciens lecteurs et en gagnant de nouveaux.
- **Fidéliser ses lecteurs**
Dialoguer avec ses lecteurs : courrier, internet, blogs, forums...
Tirer parti de sa marque en développant son offre de produits et de services.
Les produits dérivés : annuaires, conférences, services d'information...
Les plus produits. - Un média complémentaire pour rendre service : internet.
- **Une nouvelle approche marketing**
Du lecteur au client. - Pour une relation client efficace, multicanal et relationnelle.
De nouveaux outils de gestion, « orientés lecteurs » et « orientés clients » : vers les BDD ...

Objectifs (3 jours)

Découvrir les règles de base de l'écriture journalistique : des idées pour donner plus de densité au texte et aller au-delà du simple compte rendu, de l'autorité pour retenir les thèmes-clés du sujet et des techniques d'écriture pour donner plus de fluidité au texte. Ecrire court, concret, précis. Savoir raconter et donner à voir. Respecter le message essentiel et les lois de proximité.

- **Analyse du traitement de l'information, à partir de la presse du jour et d'entreprise**
- **Le message essentiel**
L'importance de savoir formuler en quelques mots forts et précis le contenu d'une information.
- **Le titre**
Savoir simultanément livrer une information au lecteur et attirer son attention.
- **Les angles**
Mieux appréhender un sujet pour le transmettre de façon simple et claire.
- **Les approches**
Etre capable de personnaliser un sujet ; le localiser ; trouver un bon « médiateur ».
- **L'information de référence, l'information-miroir, l'information-service**
- **Les « genres rédactionnels »**
Trouver le bon mode de traitement du sujet :
La brève, la brève développée, le tour d'horizon, le profil, l'entretien, le reportage, le compte-rendu, l'enquête, le dossier.
TP sur le choix rédactionnel, écriture de l'article.
- **Développer ses qualités d'écriture de l'article : savoir rédiger un texte « interactif » pour répondre aux questions que se pose le lecteur**
TP sur l'attaque et la chute
Les différentes constructions d'un article.
Le rythme et la longueur des phrases.
Trouver les mots forts et justes.
Savoir relancer l'intérêt du lecteur.
TP réécriture de brèves ou comptes rendus.

Objectifs (4 jours)

Développer ses capacités d'observation afin de rendre son reportage plus vivant.
Adapter son écriture au style reportage.

- Le reportage, genre journalistique
Analyse d'un dossier de reportages.
Définition des différents types de reportages:reportage actualité, reportage magazine.
« Vrais » et « Faux » reportages.
- Voir et entendre pour transmettre une information au lecteur
Apprendre à observer.
Entraînement à l'écoute.
Réalisation d'un reportage.
Écriture.
- Les techniques de rédaction
Les règles de lisibilité et d'écriture.
Conseils pratiques de rédaction.
Méthode particulière de la prise de notes.
Les principes de l'interview appliqués au reportage.
- Exercice de reportage sur le terrain
Vérification des informations avant le déplacement.
Analyse des informations recueillies.
Debrief avec l'animateur.
- Les pièges du reportage
Les informations qui différencient le reportage du compte rendu.
- Rédaction des reportages
Corrections en commun. Réécriture.

Objectifs (3 jours)

Améliorer ses compétences pour encadrer et animer son équipe rédactionnelle et son réseau de correspondants.

- Une politique rédactionnelle bien définie
Le public et ses attentes : enquêtes et sondages, exemples.
Formuler le concept:les moyens financiers, rédactionnels et humains.
- La conférence de rédaction
L'organisation du travail.
Produire un chemin de fer, une liste de contacts
et une répartition du travail.
- Préparer la conférence de rédaction
Exercices. Gestion des pigistes et des auteurs.
Savoir commander des articles (rappel des lois de l'écriture informative)
Vérifier et enrichir l'information, réécrire pour améliorer les textes.
Relations avec les auteurs. Gestion de la mise en page et de l'image.
- L'organisation de la rédaction
Composition de l'équipe, définition des tâches.
Rédacteur en chef, secrétaire de rédaction, maquettiste, qui fait quoi ?
- La collecte de l'information
Repérer les détenteurs de l'information et diversifier les sources.
Mettre en place et animer un réseau de correspondant, exemples.
Témoignage d'un responsable de journal d'entreprise.
- Motiver son équipe
Bien gérer les relations avec les divers collaborateurs.
- Jeu de rôles du comité de rédaction

Objectifs (1 jour)

Apprendre à travailler malin et à se servir des bons outils pour percer à jour les attentes des lecteurs. Comment, ensuite, les satisfaire dans la durée ? Rédaction et marketing forment un couple gagnant pour fidéliser les lecteurs.

- **Le couple gagnant rédaction marketing**
Identifier les différentes cibles et leurs attentes.
Analyse des cibles de titres de différente nature.
Alchimie éditoriale et contrat de lecture.
- **Connaître ses lecteurs**
Panorama des différentes études : objectifs, méthodologies, coûts.
A chaque problématique, son type d'étude.
Faire parler les données commerciales.
Rapidité, économie, interactivité : l'apport d'internet.
- **Satisfaire ses lecteurs**
Marketing, l'affaire de tous : rédaction, diffusion, publicité.
Une synthèse pour l'action : la charte rédactionnelle.
Faire évoluer son journal sans perdre les anciens lecteurs et en gagnant de nouveaux.
- **Fidéliser ses lecteurs**
Dialoguer avec ses lecteurs : courrier, internet, blogs, forums...
Tirer parti de sa marque en développant son offre de produits et de services.
Les produits dérivés : annuaires, conférences, services d'information...
Les plus produits.
- Un média complémentaire pour rendre service : internet.
- **Une nouvelle approche marketing**
Du lecteur au client. - Pour une relation client efficace, multicanal et relationnelle.
De nouveaux outils de gestion, « orientés lecteurs » et « orientés clients » : vers les BDD ...

Objectifs (3 jours)

Découvrir les règles de base de l'écriture journalistique : des idées pour donner plus de densité au texte et aller au-delà du simple compte rendu, de l'autorité pour retenir les thèmes-clés du sujet et des techniques d'écriture pour donner plus de fluidité au texte. Ecrire court, concret, précis. Savoir raconter et donner à voir. Respecter le message essentiel et les lois de proximité.

- **Analyse du traitement de l'information, à partir de la presse du jour et d'entreprise**
- **Le message essentiel**
L'importance de savoir formuler en quelques mots forts et précis le contenu d'une information.
- **Le titre**
Savoir simultanément livrer une information au lecteur et attirer son attention.
- **Les angles**
Mieux appréhender un sujet pour le transmettre de façon simple et claire.
- **Les approches**
Etre capable de personnaliser un sujet ; le localiser ; trouver un bon « médiateur ».
- **L'information de référence, l'information-miroir, l'information- service**
- **Les « genres rédactionnels »**
Trouver le bon mode de traitement du sujet :
La brève, la brève développée, le tour d'horizon, le profil, l'entretien, le reportage, le compte-rendu, l'enquête, le dossier.
TP sur le choix rédactionnel, écriture de l'article.
- **Développer ses qualités d'écriture de l'article : savoir rédiger un texte « interactif » pour répondre aux questions que se pose le lecteur**
TP sur l'attaque et la chute
Les différentes constructions d'un article.
Le rythme et la longueur des phrases.
Trouver les mots forts et justes.
Savoir relancer l'intérêt du lecteur.
TP réécriture de brèves ou comptes rendus.

PRESSE ÉCRITE - MAQUETTE/PHOTO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec eu quam vel augue facilisis pharetra in vel diam. Praesent vel elit et libero placerat posuere ac imperdiet est. Nullam ornare cursus lorem, vitae faucibus libero auctor interdum. Ut erat augue, posuere eget venenatis tincidunt, molestie sit amet diam. Curabitur blandit orci et felis venenatis tempor. Aenean sollicitudin dignissim diam a tincidunt. Proin pellentesque, elit non feugiat varius, arcu velit facilisis magna, eget consectetur felis nulla sed ipsum. Etiam nec tortor eget enim congue feugiat et sed lectus. Vestibulum ut sem massa, vel fermentum tortor. Integer sagittis risus at tellus dignissim tempus. Suspendisse blandit, odio sed gravida fringilla, arcu tellus euismod diam enim non ante. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metus pretium luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam lacus. Phasellus dolor sem, blandit et sollicitudin et, tincidunt quis elit. Suspendisse potenti. Vestibulum porta lorem id turpis lobortis pulvinar. Fusce ac felis enim. Nullam magna tellus, rutrum vitae blandit ac, fermentum id arcu. Mauris id est vitae lorem pulvinar dapibus. Fusce nec dolor lorem, quis rhoncus odio. Nullam sodales, urna id egestas faucibus, nulla sapien volutpat augue, id cursus eros tellus et purus. Quisque nec diam vel velit sagittis placerat et a lorem. Nulla sodales justo sit amet turpis fringilla consetetur. Maecenas commodo, ante id accumsan porta, nisl neque nec arcu. Vivamus egestas interdum urna, nec gravida risus vehicula, est quis pretium porta, leo felis bibendum turpis, id varius nisl neque nec arcu. Vivamus egestas interdum urna, nec gravida risus sollicitudin ac. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Vivamus egestas interdum urna, nec gravida risus porta nec, imperdiet faucibus mi. Nullam vel risus at odio fringilla sollicitudin et sit amet arcu. In sed nulla eros. Suspendisse lobortis commodo orci, vel pretium odio pulvinar in. Sed auctor iaculis dui, at pellentesque justo sodales ac. Etiam pretium luctus sapien vulputate elementum. Morbi sed justo velit, nec bibendum justo. Vivamus nisl elit, eleifend sit amet rutrum ac, tempor ac ipsum. Nunc eget ligula sed augue hendrerit vestibulum. Etiam ullamcorper vehicula dolor at fringilla. Suspendisse metus nibh, pretium vel bibendum in, sagittis a nisl. Nam at nunc volutpat purus faucibus egestas quis in mauris. Morbi faucibus laoreet quam et aliquet. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec eu quam vel augue facilisis pharetra in vel diam. Praesent vel elit et libero placerat posuere ac imperdiet est. Nullam ornare cursus lorem, vitae faucibus libero auctor interdum. Ut erat augue, posuere eget venenatis tincidunt, molestie sit amet diam. Curabitur blandit orci et felis venenatis tempor. Aenean sollicitudin dignissim diam a tincidunt. Proin pellentesque, elit non feugiat varius, arcu velit facilisis magna, eget consectetur felis nulla sed ipsum. Etiam nec tortor eget enim congue feugiat et sed lectus. Vestibulum ut sem massa, vel fermentum tortor. Integer sagittis risus at tellus dignissim tempus. Suspendisse blandit, odio sed gravida fringilla, arcu tellus euismod diam enim non ante. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam pharetra risus nec lorem consequat volutpat vitae a elit. Ut vitae purus ut metus pretium luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nullam lacus. Phasellus dolor sem, blandit et sollicitudin et, tincidunt quis elit. Suspendisse potenti. Vestibulum porta lorem id turpis lobortis pulvinar. Fusce ac felis enim. Nullam magna tellus, rutrum vitae blandit ac, fermentum id arcu. Mauris id est vitae lorem pulvinar dapibus. Fusce nec dolor lorem, quis rhoncus odio. Nullam sodales, urna id egestas faucibus, nulla sapien volutpat augue, id cursus eros tellus et purus. Quisque nec diam vel velit sagittis placerat et a lorem. Nulla sodales justo sit amet turpis fringilla consetetur. Maecenas commodo, ante id accumsan porta, nisl neque nec arcu. Vivamus egestas interdum urna, nec gravida risus vehicula, est quis pretium porta, leo felis bibendum turpis, id varius nisl neque nec arcu. Vivamus egestas interdum urna, nec gravida risus sollicitudin ac. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Vivamus egestas interdum urna, nec gravida risus porta nec, imperdiet faucibus mi. Nullam vel risus at odio fringilla sollicitudin et sit amet arcu. In sed nulla eros. Suspendisse lobortis commodo orci, vel pretium odio pulvinar in. Sed auctor iaculis dui, at pellentesque justo sodales ac. Etiam pretium luctus sapien vulputate elementum. Morbi sed justo velit, nec bibendum justo. Vivamus nisl elit, eleifend sit amet rutrum ac, tempor ac ipsum. Nunc eget ligula sed augue hendrerit vestibulum. Etiam ullamcorper vehicula dolor at fringilla. Suspendisse metus nibh, pretium vel bibendum in, sagittis a nisl. Nam at nunc volutpat purus faucibus egestas quis in mauris. Morbi faucibus laoreet quam et aliquet.

LES FONDAMENTAUX DE LA MAQUETTE

Objectifs (5 jours)

Maîtriser les fondamentaux de la maquette pour mieux répondre aux demandes de la direction artistique.

- Ce que tout bon rédacteur graphiste doit savoir
- Lisibilité et confort de lecture
- La construction de la mise en pages
- Le traitement de l'image
- La fabrication

AMÉLIORER L'IMPACT DE LA MAQUETTE

Objectifs (5 jours)

Savoir analyser et comprendre un concept rédactionnel pour mieux le traduire graphiquement. Rester vigilant et développer une démarche qualité pour vos publications.

- Transcrire le concept rédactionnel
- La charte typographique
- Anatomie de la page
- La charte iconographique
- Rythme et structure du magazine
- Travail en atelier
- La couverture efficace
- La démarche qualité : assurer la régularité d'une publication à une autre

CONCEVOIR UNE COUVERTURE EFFICACE

Objectifs (2 jours)

Connaître les différents éléments composant la Une, leur impact pour maîtriser l'architecture de la Une vendeuse.

- Les éléments d'une bonne Une
- La préparation en amont
- Le logo
- La couleur
- L'image
- La rédaction des titres
- La lisibilité immédiate
- A mauvais magazine, mauvaise Une
- Travaux pratiques

TECHNIQUES DE RETOUCHE DE L'IMAGE

Objectifs (3 jours)

Fabriquer et mettre en ligne des podcasts.

- Théories et gestion de la couleur
- Mise en place d'un système de gestion de couleurs (SGC)
- Retouches colorimétriques
- Productivité
- Travaux pratiques

LES BASES DE LA PHOTO DE PRESSE

Durée 5 jours

- Acquérir une connaissance concrète et pratique de la photo de presse. Se familiariser avec les méthodes de prise de vues pour réaliser des photographies lisibles, informatives et attractives.

TRAVAILLER AVEC LES IMAGES NUMÉRIQUES

Durée 3 jours

- Apprendre à scanner une image, à récupérer des images via Internet ou provenant d'appareils photo numériques afin de les traiter ou de les diffuser pour une publication de qualité.

RECHERCHE ET CHOIX DE L'IMAGE

Durée 2 jours

- Perfectionner vos connaissances techniques en amont et en aval de l'obtention des photos.

LE PORTRAIT PHOTO

Durée 3 jours

- Savoir préparer et réaliser, en situation de production, différents types de portraits..

LE REPORTAGE PHOTO

Durée 3 jours

- Connaître les caractéristiques du reportage photographique et maîtriser les méthodes de préparation, de prise de vues et d'editing.

GÉRER LES FLUX PHOTOS DE LA PRISE DE VUE À L'ARCHIVAGE

Durée 3 jours

- Acquérir une méthodologie pour être efficace dans la gestion de la production photographique, de la prise de vues jusqu'à l'archivage.

LES TENDANCES DE LA PHOTO DE PRESSE

Durée 1 jour

- Les nouvelles tendances de l'utilisation de la photographie dans la presse quotidienne et magazine .

LE TRAITEMENT VISUEL DE

Durée 1 jour

- Maîtriser et enrichir par l'image sa publication

GÉRER SES IMAGES DE A À Z

Durée 2 jours

- Du format, à l'enregistrement, jusqu'au techniques de classement et d'archivage. .

OPTIMISER LA POST PRODUCTION PHOTO

Durée 2 jours

- Optimiser la prise de vue pour obtenir des photographies de qualité et exploitables pour une meilleure impression journal et magazine.

PRISE EN MAIN DE L'APPAREIL PHOTO NUMÉRIQUE

Durée 2 jours

- Régler et maîtriser son appareil photo numérique

RÉUSSIR UN REPORTAGE PHOTO

Durée 3 jours

- Les clés pour réaliser un reportage d'actualité

[illegible]

Objectifs (10 jours)

Appréhender les différentes techniques de ce média : du flash au papier en direct, de la prise de sons avec le fameux Nagra jusqu'au montage numérique en passant par l'interview.

- Le fonctionnement d'une radio
- Le partage des rôles : présentateur, rédacteur en chef, reporter...
- La conférence de rédaction. ■■
- Le choix des sujets.
- La définition de l'angle.
- Les différents formats radio
- Brèves, papiers, flashes, lancements, titres, journaux.
- Les règles de base de l'écriture
- Le style direct et parlé.
- Savoir écrire court, la clarté du propos, l'information en tête.
- Accrocher l'attention.
- Soigner son style
- Bannir les formules faciles, les tics de langage.
- Le choix du vocabulaire. Exercices pratiques en studio
- Ecriture de brèves et de flashes sur l'actualité du jour.
- Ecriture de journaux : titres et lancements.
- Ecoute critique.
- Le travail sur la voix
- Développer son expression orale.
- Le débit et l'articulation.
- L'intonation : appuyer sur les mots-clés.
- Le rythme. La concentration.
- Maîtrise de la respiration.
- La gestion du stress, la relaxation.
- Exercices avec un comédien
- Le reportage
- Utilisation et fonctionnement du Nagra.
- Les techniques de prise de sons.
- L'interview
- Le choix de l'interlocuteur.
- Le mode de questionnement.
- L'écoute active : relance, reformulation.
- Le papier en extérieur
- Donner à voir à l'auditeur.
- Faire vivre un événement en direct.
- Savoir improviser. Le montage
- Les règles de base du montage.
- La gestion du temps.
- Lancer une interview, utiliser un son.
- Initiation au montage numérique.
- Exercices pratiques en studio
- Ecoute critique.

Objectifs (5 jours)

Améliorer son style, rendre ses reportages plus vivants et raconter avec plus d'efficacité.

- **Savoir définir un angle**
Angler son reportage. Choisir ses interlocuteurs, constituer une documentation. La gestion des contacts.
- **Enrichir le reportage**
Améliorer sa technique de prise de sons. L'importance des sons d'ambiance. Exercices pratiques. Ecoute critique.
- **Réussir l'interview**
Préparer les questions.
Adopter une écoute active : savoir interrompre, reprendre, reformuler.
- **Améliorer son écriture**
Enrichir son style et travailler sur le vocabulaire. La nécessité du mot précis. La chasse aux tics de langage et expressions toutes faites. Soigner l'attaque et la chute. Donner à voir par l'utilisation des images. Ecoute critique de papiers.
- **Exercices pratiques d'écriture**
- **La voix**
La voix et ses paramètres. L'importance de la respiration. La posture. Le sourire qui s'entend à l'antenne. La concentration et la gestion du trac.
- **Exercice avec un comédien.**
Lecture de textes non journalistiques. Exercices d'articulation et de respiration. Trouver le bon débit. Enregistrement et écoute critique.
- **Gérer son temps**
Savoir écrire vite sous la contrainte horaire. Gagner du temps, déterminer les priorités.
- **Réaliser flashs et journaux**
Savoir titrer pour accrocher l'attention.- Les enchaînements et les liaisons. La construction d'un conducteur et la hiérarchie de l'information. L'importance du rythme.
- **Exercices pratiques en studio - Ecoute critique.**

Objectifs (2 jours)

Utiliser les techniques simples et accessibles du chant pour enrichir la qualité expressive de la voix. Augmenter son amplitude et son registre, renforcer l'impact de sa parole. Préserver les potentiels de sa voix..

- **Connaître le fonctionnement de la voix**
Caractéristiques physiques de la voix.
La boucle audio-vocale.
Les dimensions émotionnelle et mentale de la voix.
- **Découvrir les potentiels de la voix**
Maîtriser les accents naturels et expressifs : timbre, modulation, portée.
Ressentir et contrôler physiquement sa voix.
Augmenter la portée de la voix : décontraction, placement et gestion du souffle.
- **Développer les potentialités harmoniques.**
Développer l'impact de sa voix
L'articulation, le rythme : tempo et silence.
La modulation : mettre sa voix en relief.
- **Gérer son stress**
La concentration pour gérer le stress.
La relaxation : se détendre et se centrer.
Optimiser le cycle respiratoire. Le « lâcher/prise ».
- **Atelier vocal**
- **Exercices physiques.**
Détente corporelle, respiration. Vocalises

Objectifs (5 jours)

Apprendre à « écrire radio », dans un style parlé avec un vocabulaire simple et accessible. Travailler sa voix et améliorer son expression orale.

- Les différents formats radio
Brèves, papiers, flashes, synthèses d'actualité, lancements, titres, journaux.
- Les règles de base de l'écriture
Construction des phrases, le style direct et parlé, savoir écrire court ; clarté du propos, l'information en tête, accrocher l'attention de l'auditeur.
- Le calibrage
Comment respecter le temps imparti ? Apprendre la concision.
- Le début et la fin
Travailler son accroche et savoir conclure.
- Soigner son style
Bannir les formules faciles, les tics de langage.
Le choix du vocabulaire : riche mais accessible.
- Exercices pratiques en studio
Ecriture de brèves et de flashes sur l'actualité du jour.
Ecriture de journaux : titres et lancements. Ecoute critique.
- Le travail sur la voix
Comment améliorer son expression orale ?
La voix pour faire passer une information.
Les paramètres de la voix sur lesquels agir.
Le débit : apprendre à ne pas parler trop vite.
L'articulation.- L'intonation : comment appuyer sur les mots-clés ?
Le rythme.
- Les techniques de l'acteur appliquées à la radio
La concentration.- Comment et à quel moment respirer ?
Exercices de relaxation.
La gestion du stress, comment dominer son émotion ?
Eviter les tics d'expression.

Objectifs (3 jours)

Mesurer, grâce au travail avec un comédien, l'impact de sa voix et identifier les moyens pour améliorer son expression orale.

- La voix
Théorie et physiologie.
- Apprendre à connaître sa voix
Les différents paramètres sur lesquels on peut agir.
Le timbre, le rythme, la respiration, le placement, l'articulation.
- Les techniques de l'acteur
L'impact de la concentration sur la voix. Le rôle essentiel de la respiration.
Du bon usage du ventre.
La bonne posture, pour quoi faire ?
Chauffer sa voix.
Le sourire qui s'entend à l'antenne.
- Vaincre son trac pour parler clair
- Exercices pratiques avec un comédien
Lecture à voix haute de textes non journalistiques : fictions, fables...
Exercices d'improvisation à partir de dépêches.
Recherche du ton le plus naturel.
Exercices de narration. Exercices d'articulation.
Exercices de décontraction et de respiration. Enregistrement en studio.
Ecoute critique.
- Réaliser flashes et journaux
Savoir titrer pour accrocher l'attention.
Les enchaînements et les liaisons.
La construction d'un conducteur et la hiérarchie de l'information.
L'importance du rythme.

Objectifs (5 jours)

Maîtriser toutes les techniques à mettre en œuvre pour réussir un magazine à la radio.

- Les différents types de magazines
Enquêtes, magazines musicaux, portraits.
- La durée comme facteur clé.
- Définition de l'angle du magazine :
À quelle problématique répondre ?
- Le travail de préparation et de documentation
Les sources d'information : presse, agences, internet...
La pré enquête téléphonique. - Le choix des interlocuteurs.
Les archives sonores.
L'élaboration d'un plan avec les différentes séquences du magazine.
- Le travail sur le terrain
La prise de sons avec le Nagra, les réglages.
- L'importance des ambiances.
- L'interview
Comment préparer une interview avec son invité ?
Préparer les questions et construire un plan.
Trouver un angle à son interview.
- Les techniques de reformulation.
Les différents types d'interviews.
- Le montage
Confronter ce que l'on rapporte du terrain à son plan initial.
Le plan de montage et les contraintes de temps.
Choisir l'attaque et la séquence de fin.
Les ruptures de rythme et les enchaînements.
- Maîtrise du montage numérique.
- Le mixage
Choix du mode de mixage : direct ou multipiste.
Comment poser sa voix ? - La respiration, le débit, l'intonation.
Le rôle de la musique : comment l'utiliser ?
- Réalisation d'un magazine écrit, monté, mixé et prêt à la diffusion

Objectifs (3 jours)

Apprendre à hiérarchiser l'information, à construire un conducteur en respectant les contraintes horaires. Maîtriser l'écriture des titres, des brèves et des lancements.

- La hiérarchie de l'information
Elaborer un conducteur. - Quoi de neuf aujourd'hui ?
Les lois de proximité. - Trouver la logique de l'actualité.
Les enchaînements : faut-il toujours chercher un lien ?
Comment traiter un feuilleton d'actualité ?
Les ruptures de rythme. - Comment enchaîner le dramatique et le léger ?
- L'écriture de brèves
L'impératif du style direct. L'information dans la première phrase.
Comment accrocher l'attention de l'auditeur ?
Être original : surprendre l'auditeur. - Savoir alterner les longueurs.
- L'écriture de lancements
Informé sans trop en dire.
Eviter les répétitions : pourquoi faut-il écouter le début des reportages ?
Le rôle du pied.
- L'écriture de titres
Dégager l'information essentielle. Savoir la « vendre » .
- Le bon rythme à trouver.
Enrichir son style et faire la chasse aux tics de langage.
Savoir parler en images. - Comment donner des chiffres ?
Le rôle des proportions.
- Savoir écrire vite : La gestion du temps. - Comment aller à l'essentiel ?
Déterminer les priorités d'écriture.
- Le passage à l'antenne
Savoir se mettre à l'aise : le confort, ça s'entend !
Organiser ses feuilles et apprendre à se relire.
- La concentration avant le générique. - Le bonjour et le au revoir.
Le rôle du sourire en radio. Gérer l'habillage antenne : jingles, tapis déroulant, transition avec les tranches. Gestion des incidentes antennes.
- Exercices d'écriture de flashs et de journaux dans un temps imparti
Enregistrement dans les conditions du direct et écoute critique.

Objectifs (3 jours)

Poser les bonnes questions à son invité sans être agressif, être capable de rebondir dans le respect du temps imparti.

■ Le choix de l'invité

Les différents types d'invités : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...

Savoir juger de son potentiel à dire des choses.

■ La préparation de l'interview

Comment préparer une interview avec son invité : savoir ne pas trop en dire hors antenne.

Collecter de l'information et de la documentation.

Préparer ses questions : faut-il tout écrire ?

Construire un plan par thèmes.

Trouver un angle à son interview.

Soigner son introduction et sa première question.

Préparer une conclusion.

■ Le déroulé de l'interview

Les civilités : bonjour, merci, au revoir.

Le rappel nécessaire et régulier de l'identité de l'invité.

L'écoute active.

Corriger une inexactitude, reformuler une question, relancer l'invité.

Comment insister sans être agressif : combattre la langue de bois.

Quelle conduite tenir en cas de dérapage ?

■ La gestion du temps

Comment canaliser son interlocuteur ?

Comment interrompre un invité trop bavard ?

■ Exercices d'application

Exercices d'interview d'un invité réel en direct sur l'actualité du jour.

Interview par téléphone en direct.

Sous forme de jeux de rôles,

un comédien joue différents types d'invités.

Enregistrement dans les conditions du direct.

Ecoute critique.

Objectifs (3 jours)

Maîtriser son discours et savoir gérer son stress dans l'urgence.

Faire face aux principales situations.

■ Les situations d'improvisation

Le papier de dernière minute, les incidents techniques, la gestion des invités/auditeurs.

■ Improviser ne s'improvise pas

Savoir construire un plan dans l'urgence : la technique des mots-clés.

S'appuyer sur un début et une fin construits :

le rôle de la première et de la dernière phrase.

Savoir raconter ce que l'on voit : les différents plans de narration.

■ Savoir se concentrer

Gérer son stress : ne pas s'emballer, maîtriser son débit, réguler sa respiration.

Comment maîtriser son temps de parole dans l'improvisation ?

■ Exercices sur le terrain dans les conditions du direct

■ Journaux avec papiers et brèves improvisés en direct

Ecoute critique.

■ La gestion des incidents techniques

Expliquer pour désamorcer le problème.

La nécessaire complicité avec l'auditeur.

■ Exercices en studio

Ecoute critique.

■ La gestion des invités et des auditeurs

Savoir écouter pour rebondir, interrompre, corriger.

Comment gérer un invité bavard ou muet ?

Comment réagir face à un dérapage ?

Savoir reformuler une question.

■ Exercices avec un comédien

Jeux de rôles avec différents types d'invités et d'auditeurs

Objectifs (2 jours)

Être en mesure de réaliser de manière autonome le montage de ses reportages et d'utiliser le multipiste permettant un mixage précis.

- Environnement informatique
Rappel sur le traitement informatique du son.
Comment le numérique a-t-il supplanté l'analogique ?
- Fonctionnement du montage numérique
Présentation du logiciel de montage numérique : Netia Radio Assist.
Règles d'utilisation de base.
L'acquisition et le browser.
Le montage : le bleu, le jaune.
Montage par addition ou par soustraction.
Le copier-coller.
Le droit à l'erreur : comment récupérer un son coupé ?
- Sensibilisation aux options avancées
La fonction stretch.
Les points de niveau.
- Le multipiste
Présentation de la fonction multipiste.
Le mixage de la musique.
Le mixage des sons d'ambiance.
- Le Nagra numérique
Découverte du montage sur Nagra.
- Exercices pratiques
Montage de sons.
Restitution d'un son original.
Nettoyage d'une interview : comment supprimer les « euh » et autres hésitations ?

Objectifs (2 jours)

Développer sa créativité. Travailler son comportement et sa voix face au micro.

- Développer sa créativité
- Techniques et méthodes
Le processus créatif.
S'affranchir de ses habitudes.
Renouer avec son émotion.
- Le brainstorming
Les associations d'idées.
Cultiver le décalage.
La technique du contre-pied.
Imaginaire et symbolique.
- Retenir les meilleures idées
Les critères de sélection.
Les mots qui renforcent l'image.
- Renforcer sa présence
- Apprendre à connaître sa voix
Les différents paramètres sur lesquels on peut agir :
Le timbre, le placement, le débit, l'articulation.
- Les techniques de l'acteur
La bonne posture, pour quoi faire ?
Savoir chauffer sa voix.
Le sourire qui s'entend à l'antenne.
Exercices pratiques avec un comédien
Recherche du ton le plus naturel.
Enregistrement en studio, écoute critique.
Exercices d'articulation, de décontraction et de respiration.

Objectifs (2 jours)

Maîtriser les paramètres de l'interview pour enrichir son contenu. Choisir le bon invité, conduire l'entretien avec rigueur et ouverture, rebondir, anticiper les difficultés et respecter le temps imparti.

- Rappel des techniques d'interview
- Préparation de l'interview
 - Les différents types d'invités (l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...).
 - Se documenter et s'informer.
 - Construire un plan théorique (préparer et regrouper ses questions par thèmes).
 - Trouver un angle à son interview.
 - Soigner son introduction, sa première question, préparer une conclusion.
- Le déroulé de l'interview
 - Corriger une exactitude, reformuler une question, relancer l'invité.
 - Comment insister sans être agressif (combattre la langue de bois) ?
 - La conduite à tenir en cas de dérapage.
- La gestion du temps
 - Canaliser son interlocuteur.
 - Interrompre un invité trop bavard.
- S'adapter et rebondir
- Exercices d'interview en direct du comédien jouant différents personnages sur des thèmes d'actualité (jeu de rôle)
 - Gestion des incidents (dérapages, temps imparti...).
 - Préparation de l'interview.
- Plusieurs passages en studio
- Écoute critique en groupe

Objectifs (2 jours)

Savoir utiliser le pouvoir d'évocation du son dans le cadre du reportage. Découvrir les règles de la réalisation sonore et les expérimenter : conception, production et utilisation des sons au service des différents formats radio.

- Écoute collective des reportages des stagiaires
 - Analyse et critique de la réalisation.
- Argumentation sur la réalisation
 - Découverte des différents modes de traitement et d'utilisation des éléments sonores.
 - Ecoute collective.
 - Réflexion sur le son.
 - Traitement et habillage.
 - Musique et couleur.
- Concevoir une mise en scène sonore suggestive et informative
 - Rappel des grands principes de réalisation.
 - La liberté dans le format court.
 - Les spécificités de la réalisation du magazine.
 - Les écueils : la redondance, la densité, le vide, les fausses fins.
- Exercices de narration sonore
 - Utilisation d'une bibliothèque de sons.
 - Enregistrements en extérieur.
 - Montage et mixage.
- Écoute critique des travaux

Objectifs (2 jours)

Découvrir et expérimenter les techniques d'écriture du dialogue de fiction, pour rendre son style plus vivant, plus naturel

- Les diverses fonctions du dialogue
 - Analyse de dialogues de films.
 - Les différents genres.
- Les situations interlocutives
 - Les objectifs de l'interlocuteur : stratégies et procédés.
 - Coopération interlocutive : quels éléments d'échec ou de réussite.
 - Quiproquos, malentendus et dialogues de sourds.
 - Polémique, comédie et drame.
- Atelier d'écriture
 - Le dialogue « muet », un exercice parlant.
 - Ecriture et transformation d'une scène dialoguée de scénario.
 - Ecriture à partir d'un texte journalistique.
 - Lecture et débriefing collectif.

Objectifs (2 jours)

À travers la réalisation d'un teaser, développer une écriture anglée, ciblée une mise en ondes choisie et identifiée, au service d'un message clairement défini.

- Le message
 - Détermination et identification de l'objectif du message.
 - Le contenu et l'écriture.
 - Le formatage.
 - Donner envie.
- La réalisation
 - La notion de parti pris.
 - Les différents formats.
 - Le choix de l'interprétation.
 - L'importance du générique.
 - L'habillage sonore : musique, ambiance, bruitages.
 - L'originalité maîtrisée.
- Atelier
 - Réalisation d'un teaser.
 - La prise en compte du cahier des charges.
 - Conception du message.
 - Enregistrement, montage et mixage.
 - Ecoute critique.

[illegible]

Objectifs (2 jours)

Adapter votre style d'écriture aux exigences du web pour capter l'attention de vos lecteurs; répondre aux nouvelles attentes d'interaction et enrichir vos textes avec de l'audio, de la vidéo, des diaporamas, des hyperliens, etc.

- Comprendre les modes de lecture à l'écran de l'internaute.
- Identifier les attentes de votre lectorat.
- Maîtriser les techniques rédactionnelles sur le web.
- Réussir vos titres pour le web.
- Savoir écrire court tout en étant pertinent.
- Savoir récrire, adapter et mettre à jour des articles pour le web.
- Comprendre les enjeux du référencement et son impact sur l'écriture web.
- Enrichir l'information en ligne à l'aide de la vidéo, de l'audio, des cartes, etc...
- Rendre vos contenus plus interactifs.
- Tirer avantage des statistiques de consultation de vos articles.

RECHERCHE, VEILLE ET INVESTIGATION SUR LE WEB

Objectifs (2 jours)

Le web est devenu un outil incontournable pour préparer vos articles et vos enquêtes. Cette session vous permettra donc d'apprendre les meilleures pratiques pour trouver et valider de manière efficace l'information, tout en évaluant l'intérêt de multiples sources.

- Maîtriser les techniques de recherche sur Internet.
- Connaître la syntaxe des moteurs de recherche pour préciser vos requêtes.
- Peaufiner vos recherches multicritères à l'aide de la recherche avancée.
- Utiliser les moteurs de recherche en fonction de leurs points forts.
- Identifier les sources d'information utiles aux journalistes.
- Créer une veille sur Internet.
- Vérifier et valider l'information en ligne à travers différents critères.
- Savoir évaluer la pertinence de l'information.
- Utiliser le web comme outil d'investigation.

Objectifs (2 jours)

Les internautes font le web. Cette session de formation vous permettra de vous interroger sur la meilleure pratique pour marier les contenus produits par les internautes avec ceux des professionnels pour amorcer des discussions, prolonger une information, voire pour divertir.

- Comprendre le succès du phénomène UGC à travers l'étude de cas.
- Identifier les motivations des internautes à produire du contenu et les outils à votre disposition.
- Donner envie aux internautes de réagir et participer.
- Renforcer le lien entre le lecteur et votre marque. Choisir les bons sujets.
- Animer et modérer les discussions pour leur conférer de la valeur.
- Prolonger le travail d'information, en prenant appui sur les contenus générés. Par les internautes. Définir la charte de modération de votre revue.
- Créer et animer des forums et des chats.
- Donner de la valeur à la parole de vos lecteurs.
- Créer une communauté autour de vos marques.
- Identifier les plates-formes à votre disposition. Vous assigner des objectifs réalistes.

CRÉER, PERSONNALISER ET ANIMER EFFICACEMENT VOTRE BLOG

Objectifs (2 jours)

Les blogs sont un formidable outil pour animer une communauté en temps réel. Cette formation vous permettra de créer et d'animer un blog personnel ou au sein d'une rédaction, tout en découvrant toutes les astuces nécessaires pour être un parfait blogueur !

- Identifier la plate-forme de création de blog qui répond à vos besoins.
- Maîtriser les clés de l'écriture web et du blogging.
- Structurer et paramétrer un blog. Intégrer des médias audios et vidéos.
- Créer des liens sortant pertinents.
- Gérer vos commentaires et animer votre communauté.
- Faire connaître votre blog en créant des trackbacks.
- Générer un flux RSS externe avec Feedburner. Ajouter des plugins incontournables.
- Personnaliser le design du blog (modification de la CSS).
- Intervenir dans le code (HTML, XHTML, Javascript...).
- Soigner votre audience et gérer votre réputation.
- Augmenter votre visibilité avec Technorati. Découvrir les bonnes recettes du succès.

EXPLORER ET FAVORISER LA COLLABORATION AU SEIN DE VOS ÉQUIPES

Objectifs (2 jours)

Tirer avantage des wikis, de la communication instantanée, des outils et des services en ligne performants pour favoriser le travail collaboratif et gagner en efficacité.

- Tirer avantage d'un wiki dans le cadre d'un projet d'entreprise orienté « presse »
- Créer et personnaliser un wiki dans le cadre d'un projet de création d'un « hors série »
- Collaborer à distance et en temps réel, en utilisant des outils de communication instantanée et de visioconférence
- Gérer et partager des documents de travail
- Mettre en place une méthodologie de travail à distance Créer et partager un agenda et des documents en temps réel

PILOTER LA TRANSITION NUMÉRIQUE AU SEIN DE VOTRE RÉDACTION

Objectifs (2 jours)

Aider à mieux comprendre les enjeux de la transition à l'égard de vos cibles et au sein de vos rédactions ; les avantages et les bénéfices que votre entreprise tout comme vos journalistes pourront en tirer. Apporter les outils de pilotage de cette transition à partager par tous les membres de vos rédactions.

- Comprendre le caractère inéluctable de la transition et en maîtriser le planning à moyen terme au sein de votre entreprise
- Maîtriser la pédagogie nécessaire au sein des rédactions et auprès de chaque journaliste
- Fixer des objectifs éditoriaux clairs pour chacun des supports
- Mener cette transition en terme de conduite de projet, à partager avec l'ensemble des collaborateurs
- Créer de nouveaux fonctionnements au sein de vos rédactions et de toute l'entreprise

PENSER ET CONCEVOIR L'INFORMATION DE MANIÈRE PLURIMÉDIA

Objectifs (2 jours)

Développer l'audience du print en adaptant les contenus éditoriaux de vos différents supports (journaux, magazines, web, mobile) et concevoir l'indispensable complémentarité entre eux. Toucher de nouvelles cibles et élargir vos audiences. Livrer une information labélisée à votre « marque » en direction de vos lecteurs/ internautes là où ils le désirent, quand ils le désirent.efficacité.

- Identifier les nouvelles consommations et les besoins des lecteurs/internautes.
- Organiser et maîtriser les flux d'information, afin de les diriger vers les supports de diffusion les plus pertinents
- Choisir les modes de traitement de l'information les mieux adaptés à chaque support
- Promouvoir sur le web les contenus des éditions print
- Enrichir l'information en ligne grâce à la vidéo, à l'audio, aux images
- Développer la notoriété professionnelle de vos journalistes grâce au web

DÉVELOPPER ET OPTIMISER VOTRE MIX ÉCONOMIQUE

Objectifs (2 jours)

Comprendre les stratégies des acteurs des médias en ligne à travers l'étude de cas pratiques pour mieux appréhender le nouveau mix économique et apprendre à mieux vendre les « spécificités » de l'Internet et du web 2.0 à vos annonceurs.

- Passer d'une logique de titre à une logique de marque
- Comprendre les stratégies numériques et leurs modèles de revenus de la presse généraliste et spécialisée
- Intégrer les attentes de vos lecteurs et de vos annonceurs
- Définir une stratégie plurimédia
- Augmenter votre taux de pénétration d'un marché cible et toucher de nouvelles cibles
- Maîtriser les multiples formes de la publicité en ligne
- Valoriser auprès de vos annonceurs la nouvelle relation avec le lecteur-internaute
- Identifier les nouveaux partenaires potentiels
- Assigner des objectifs réalistes à votre stratégie web
- Définir le business plan de votre site web

Objectifs (2 jours)

La vidéo est au cœur du web, mais la qualité et l'intérêt ne sont pas toujours au rendez vous. Cette session permettra à un journaliste, issu d'une rédaction papier, d'acquérir toutes les connaissances et le savoir-faire utiles pour enrichir intelligemment ses articles de contenus vidéo.

- Maîtriser les techniques de prise de vue.
- Comprendre les contraintes du montage pour faire les choix pertinents au moment du tournage.
- Acquérir les techniques du commentaire sur image.
- Trouver la juste complémentarité entre le texte et l'image et délivrer l'information de manière efficace.
- Maîtriser l'écriture audiovisuelle pour bien structurer, hiérarchiser et rythmer vos messages.
- Trouver le fil directeur et les attaques efficaces. Réaliser des interviews vidéo.
- Présenter le journal et passer un message efficacement.
- Réaliser des vidéocasts. Découvrir les bonnes recettes du succès.

PRISE EN MAIN D'UN CAMÉSCOPE & INITIATION AU TOURNAGE

Objectifs (3 jours)

Manipulez, réglez un caméscope DV ou HDV et initiez-vous aux techniques de tournage.

- Utiliser un caméscope et tous ses accessoires (batterie, cassette, optique, écran LCD ou viseur, connectique, Micro)
- Régler les principales fonctionnalités (balance des blancs, mise au point, zoom, etc.).
- Maîtriser le langage de l'image (le cadre, les valeurs de plan, les mouvements caméra, les raccords, etc.)
- Contrôler les critères de qualité de la lumière (température des couleurs, éclairage naturel, en intérieur, les projecteurs, etc.)
- Contrôler les critères de qualité du son (les différents types de microphones, micro-caméra et micro externe)

Objectifs (4 jours)

Découvrez tous les enjeux liés à l'intégration d'un projet vidéo au sein de votre rédaction. Définissez les objectifs éditoriaux, identifiez les étapes clés de la production ainsi que le matériel et les principaux logiciels nécessaires pour la réussite du projet.

- Définir les contours de votre projet vidéo en fonction des objectifs éditoriaux.
- Analyser les systèmes d'acquisition et de diffusion.
- Identifier les différents formats vidéo.
- Déterminer le matériel dont vous avez besoin (prise de vue, prise de son, matériel de studio, montage).
- Tourner en prenant en main une caméra.
- Veiller à la qualité de la lumière (éclairage naturel, en intérieur, etc.).
- Veiller à la qualité du son.
- Identifier les différents types de microphones.
- Maîtriser les techniques de montage vidéo.
- Vous initier aux logiciels de création de vidéo pour le web.
- Diffuser quel que soit le support (télévision, web, multimédia, DVD).

CRÉER VOS PODCASTS AUDIOS

Objectifs (3 jours)

Fabriquer et mettre en ligne des podcasts.

- Comprendre les atouts du podcast
- Concevoir un podcast
- Définir le contenu
- Configurer le matériel (Mac/PC)
- Configurer les logiciels
- Éditer un podcast
- Monter, mixer et ajouter de la musique
- Publier son podcast
- Financer vos podcasts

INFORMATIQUE

[illegible]

Objectifs (3 jours)

Permettre à l'utilisateur de réaliser des lettres, des mémos, des rapports et de créer des documents composites contenant textes, tableaux, graphiques et images.

■ Prise en main de Word

Description de l'écran Word.

Créer, enregistrer, modifier et gérer ses documents

Saisir, supprimer, déplacer, copier du texte.

Les outils correcteurs : orthographiques

La correction et la saisie automatique de textes répétitifs

■ La mise en forme du texte

Format de caractère, police, style, attribut et animation

Format de paragraphe, retrait, alignement, interligne, espace-ment et bordure

Listes à puces, numérotées, hiérarchisées

Les styles, créer, modifier, supprimer et appliquer un style

■ La mise en page

■ Les tableaux

Largeur, hauteur et positionnement dans la page

Aligner des nombres, du texte, encadrer des cellules

Dessiner un tableau et gérer du texte dans un tableau. Les tabulations

■ Les modèles

■ Organigramme

■ Impression d'un document

Aperçu avant impression

Sélection d'une imprimante, paramétrer le document à imprimer

Objectifs (3 jours)

La connaissance avancée du logiciel vous permettra de découvrir le réel potentiel du traitement de texte Word et ainsi d'augmenter son efficacité. De maîtriser le Mailing et les documents raffinés

■ Mailing / Publipostage

Créer une lettre type ou document principale

Créer, modifier, supprimer un fichier de données

Fusionner et éditer les lettres personnalisées

Fusionner des étiquettes

Fusionner avec une base de données Excel ou autre S.G.B.D.

■ Mode Plan et table des matières

Travailler en mode Plan

Utilisation des niveaux et des titres

Insérer, modifier une table des matières

■ Les formulaires

Créer, modifier et personnaliser un formulaire

Utilisation des outils case à cocher, liste déroulante, champ texte, protéger le formulaire

Texte en colonnes

■ Barre d'outils dessin

Travailler des documents artistiques

Objets WordArt, traits, courbes, formes libres, formes automatiques, agenda, dessin

Aligner, grouper, dissocier et déplacer les objets

■ Importer, exporter les données entre Word et les produits Microsoft

Objectifs (3 jours)

Créer des tableaux, d'en automatiser les calculs en utilisant des fonctions trigonométriques, statistiques, financières et logiques aussi puissantes que diverses, et enfin de pouvoir présenter un document de synthèse regroupant tableaux et graphiques.

■ Découvrir EXCEL.

■ Créer un classeur

Ouvrir un nouveau classeur.

Saisir des données. Construire des formules de calcul

Modifier, Supprimer des données.

Sauvegarder un classeur

■ Améliorer une feuille de calcul

Utiliser les fonctions intégrées simples. Déplacer, copier, recopier, des cellules

Utiliser les références relatives et absolues

Insérer, supprimer, des cellules, des lignes et des colonnes

■ Mettre en forme et en page

Modifier la largeur des colonnes et la hauteur des lignes. Mettre en forme les données

Encadrements et ombrages.

Mettre en page une feuille de calcul

■ Utiliser les fonctions intégrées

Utiliser les expressions conditionnelles

Réaliser des calculs simples

■ Les graphiques

Créer, modifier, personnaliser un graphique

Modifier les éléments du graphique

Utiliser des graphiques combinés

Objectifs (3 jours)

Maîtriser l'exploitation des tableaux de type base de données avec les outils de gestion et de synthèse; Améliorer et optimiser son travail avec des analyses complètes du classeur.

■ Créer et protéger un modèle

■ Les recherches

Affecter un nom à une cellule.

Utiliser les formules de recherche

La fonction Recherche, La fonction RechercheV, la fonction RechercheH

■ Consolider des Feuilles de calcul

Gérer plusieurs feuilles de calcul.

Consolider des feuilles de calcul

Réaliser des calculs inter classeurs

■ Les bases de données

Créer une base de données, effectuer des recherches

Utiliser la grille de saisie ou formulaire de saisie

Appliquer un filtre simple, les filtres élaborés, extraire les données

■ Tableau croisé dynamique T. C. D.

Créer et personnaliser un tableau croisé dynamique

Créer et personnaliser un graphique croisé dynamique

■ Utiliser les fonctions complexes

Les expressions Conditionnelles

Utiliser le solveur pour faire des simulations

Les fonctions Financières

La fonction valeur cible.

Le gestionnaire des scénarios

■ Les macros

Objectifs (3 jours)

Connaître les fonctions et outils avancés d'Excel
Savoir enregistrer et exécuter des macros

■ UTILISER LES FONCTIONS DE DONNEES AVANCEES

Importation / exportation de fichiers texte délimités
Liaisons Access : importation et attachement
Requêtes sur SGBD et sur Internet

■ UTILITAIRES

Tableau à plusieurs hypothèses
Gestionnaire de scénario, variables, affichage, synthèse, fusion
Le gestionnaire de rapports: combiner vues et scénarios
Les vues personnalisées : paramétrage d'impression, rapport
La barre d'outils audit
Le solveur : cellules variables et cibles, contraintes, résultats

■ FONCTIONS DE CALCULS AVANCEES

Les formules et fonctions matricielles
Les fonctions index, equiv

■ MODELES DE CLASSEURS

Contrôles formulaires : listes, cases à cocher, groupes d'options...
Validation d'entrées et des commentaires, protection de classeur
Partage et mise à disposition de classeur

■ MACROS SANS PROGRAMMATION

Enregistrement de macros
Références relatives et absolues dans le code
Classeurs de macros personnelles, macros de classeur
Exécution de macros : raccourcis clavier, barre d'outils

Objectifs (3 jours)

Ecrire des macros dans Excel
Réaliser des applications manipulant les différents objets Excel

■ DES MACROS A VBA

Enregistrer et exécuter des macros à partir d'Excel
Créer des macros avec VBE, utiliser l'aide de Visual Basic
Créer et appeler des procédures

■ LES OBJETS EXCEL

Objets, propriétés et méthodes
Les objets WorkBook, WorkSheet, Range

■ CREER SES PROPRES FONCTIONS DE CALCUL

Définir et intégrer la fonction, ses arguments, sa valeur de retour

■ PILOTER LA MACRO AVEC VISUAL BASIC

Les structures de décision (If, Then, Else, Select Case) et de boucle (For/Next, Do/Loop)
Les variables et les constantes

■ PERSONNALISER LES APPLICATIONS ET L'INTERFACE UTILISATEUR

Affectation de macros à des boutons, images ou barres d'outils
Création de boîtes de dialogue personnalisées

■ REPONDRE AUX ACTIONS DES UTILISATEURS

Ajouter des procédures événementielles dans les classeurs et les feuilles
Utiliser les événements

Objectifs (2 jours)

Maîtriser la création de diapositives leur enchaînement et leur sortie à l'écran ou sur imprimante;

- Ecrire le texte de la présent
- Créer et modifier des diapositives
Créer des diapositives avec textes , dessins, histogrammes, organigrammes...
Mettre en forme les textes , utiliser les styles.
Utiliser les bibliothèques d'images de Microsoft.
Définir les couleurs, utiliser les modèles.
Numéroter automatiquement les diapositives.
Définir le masque commun à toutes les diapositives.
Utiliser les différents modes d'affichage.
- Définir l'enchaînement des diapositives
Enchaînement manuel ou temporisé.
Supprimer , insérer, déplacer des diapositives.
Définir des branchements entre les présentations.
- Concevoir les documentations associées à la présentation
Créer des commentaires associés à chaque diapositive.
Imprimer différents supports papier.
- Utiliser les barres d'outils
Afficher, masquer , déplacer, modifier les barres d'outils.
Créer une barre d'outils personnalisée.
- Importer des éléments d'autres applications

Objectifs (2 jours)

Gagner en efficacité.

Tirer parti de toutes les possibilités offertes par PowerPoint pour concevoir rapidement des présentations professionnelles complexes.

- Adapter PowerPoint à ses propres besoins
Modifier les paramètres par défaut.
Créer et personnaliser des barres d'outils.
- Soigner et harmoniser l'apparence de votre présentation
Distinguer modèle, arrière-plan, masque, styles pour en optimiser l'utilisation; Modifier les masques. Utiliser les jeux de couleurs.
Créer ses propres modèles; Concevoir et appliquer une charte graphique.
- Illustrer les présentations : images et multimédia
L'impact des images au sein de votre présentation; Modifier une image existante; Distinguer les images bitmap des images vectorielles.
Enrichir sa bibliothèque d'images.
Utiliser un appareil numérique. Insérer des clips, des séquences Webcam.
- Créer des schémas complexes
Utiliser les outils de dessins de PowerPoint; Créer des tableaux et des graphiques complexes.
Construire des organigrammes élaborés avec les zones de texte et connecteurs; Exercices pratiques de réalisations de schémas imbriqués.
- Rendre la présentation interactive
Insérer des liens hypertextes; Insérer des boutons d'action.
Exécuter un programme externe.
- Animer la présentation
Optimiser transitions et animations; Sonoriser la présentation.
Enregistrer un discours; Emporter sa présentation.
- PowerPoint et Internet; Liens avec les autres logiciels

Objectifs (3 jours)

Créer une base de données (tables), des écrans de saisie (formulaires);
Interroger (requêtes) et imprimer les données (états).

■ Découvrir ACCESS

■ Les bases de données

Ouvrir, renommer, supprimer, partager une base de données

■ Les tables

Création des tables, définir les champs, leurs types de données, la clé primaire et l'index; Définir les propriétés des champs
Saisir, mettre à jour, consulter, supprimer et rechercher les enregistrements

■ Les formulaires

Créer des écrans de saisie personnalisés.
Définir des contrôles et leurs propriétés
Créer des listes de choix, un groupe d'option, des cases à cocher, des boutons d'actions

■ Les requêtes

Choisir les tables à interroger
Ajouter des champs dans une requête, définir un ordre de tri et des critères; Créer des champs calculés
Etablir des statistiques avec et sans regroupement
Définir les relations. Définir l'intégrité référentielle et le type de jointure

■ Les états

Créer et modifier des états
Trier et regrouper les données
Statistiques au moyen de l'assistant

Objectifs (3 jours)

Maîtriser les requêtes et les formulaires (analyse croisée, paramètres...);
Créer des états complexes: insérer des champs de calcul et de synthèse; création de macros.

■ Maîtrise et personnalisation des tables

Les fonctions Texte, Nombre et Date, les fonctions conditionnelles, le masque de saisie

■ Perfectionnement des requêtes

Etapes de création des requêtes paramétrées
Les requêtes ajout, suppression, mise à jour et création de table
Affichage des données de deux tables/requêtes en une seule (requête UNION)

■ Maîtrise des formulaires

Créer des sous-formulaires et des contrôles onglet
Utiliser des images, faire des liaisons entre les images
Paramétrage du formulaire, utiliser un menu formulaire

■ Mise en page avancée d'un état

Correspondance entre les sections d'états et l'affichage
Création d'états multi-colonnes.
Création d'étiquettes de publipostage
Paramétrage des sauts de page et des ruptures
Insertion d'information dans les en-têtes/pieds de groupes

■ Les échanges de données

Importer et exporter des bases de données avec d'autres logiciels
Mailing Word avec une base de données Access
Utiliser des champs OLE
Protéger la base de données, autorisation des utilisateurs et des groupes, sécurité

Objectifs (3 jours)

Optimiser les applications de base de données Access avec la programmation en langage VBA

■ Présentation de la programmation

Programmation visuelle
Programmation événementielle
Environnement de développement VBA

■ Le Langage VBA

Utilisation des variables et des constantes
Contrôle de l'exécution des programmes
La programmation procédurale

■ Utilisation et création de procédures

■ La programmation objets

Utilisation des événements et des objets. Validation des données

■ Utilisation des outils de débogage

Session de mise au point

■ Traitement des erreurs d'exécution

Ajout de gestionnaires d'erreurs
Gestionnaire d'erreurs centralisé

■ Utilisation des enregistrements

La librairie d'objets ADODB
Extraction de données
Manipulation de données
Récupération des informations sur la structure de la base

Objectifs (2 jours)

Maîtriser les fonctions de programmation avancées d'Access avec VBA

■ Programmation VBA avancée

Utiliser l'API de Windows. L'OLE
Echanger et partager des informations avec les autres éléments Office (Excel, Word)
La programmation dans les états.
Utilisation de contrôles Active X

■ Protéger une base de données

Protéger du code, les fichiers MDE

■ Éléments d'interface

Créations de menus
Création de barres d'outils

■ Techniques transactionnelles

L'objet connexion
Les méthodes BeginTrans, CommitTrans et RollBack
Avantage des méthodes transactionnelles

■ Access et ODBC

Le protocole ODBC. L'ODBC direct
Attache et import-export de données vers/depuis Access

■ Finalisation de l'application

Analyse de l'application
Le système de sécurité d'Access
Les outils pour préparer la distribution

Objectifs (3 jours)

Apprendre à bien utiliser les ressources de l'éditeur HTML Dreamweaver afin de créer un site web, de sa conception jusqu'à sa publication. Réussir ses présentations

■ De l'édition de pages à la gestion de sites

Le site web et sa gestion
L'organisation du travail

■ L'infographie adaptée à Internet

La conception de sites, le design graphique
Contexte du projet, publics, types de contenus

■ Les problèmes de compatibilité

Structure de documents, HTML, les styles et leur utilisation avec DHTML

■ Les éléments de mise en pages web

L'insertion des éléments
Les liens hypertextes
Le travail sur les tableaux et les images.
Récupération de données tabulaires

■ Gestion du site

Paramétrage. Publication ftp

■ Les outils avancés

Les cadres (frames) et leur mode d'emploi
La gestion des cadres et des liens. Les formulaires (initiation)

Objectifs (2 jours)

Améliorer un site web en utilisant Dreamweaver pour créer des animations et des pages

■ Méthodologie

Le site web, modèle client serveur, organisation du travail
Récupération d'un site existant

■ Charte graphique et navigation

Utilisation des modèles.
Utilisation avancée des: cadres (frameset, liens et gestion des cadres),
calques- . tableaux, tableaux de mise en forme,-. barres de navigation
Mise en oeuvre des scénarios

■ Animations dans les pages web

Intégration d'effet de survol
Utilisation des comportements, des extensions Macromedia
Insertion de sons, d'animations Flash et de vidéo

■ Interactivité dans les pages web

L'insertion de scripts Javascript et d'applets Java

■ Introduction aux pages web dynamiques

Création de formulaires

■ Mise en page des pages web dynamiques

La création des feuilles de style et leur gestion
L'utilisation des styles et les problèmes de compatibilité

■ Les outils de gestion de sites et bibliothèque

La structure et la gestion du site, la mise à jour

■ Publication, promotion et maintenance du site

Objectifs (4 jours)

Créer, modifier, gérer un dessin en deux dimensions ;
Imprimer à différentes échelles et formats;

■ Introduction à AutoCAD

Démarrage et utilisation d'AutoCAD
Présentation de l'interface graphique
Les fichiers créés avec AutoCAD
Les modes d'entrée des commandes
La création d'objets simples. L'aide au dessin

■ Les systèmes de coordonnées

Le dessin, la gestion de l'écran
La mise en place d'un dessin, les outils de construction
La gestion des calques et des renseignements

■ Gestion des objets complexes

La création des objets Splines, Multilignes...
Les écritures et le texte : définition des styles et des polices...
La définition et le paramétrage d'un style de cotes, mises à jour et tolérances
Les outils de cotation : linéaires, radiales, automatiques...

■ Autres fonctions

Le hachurage : paramétrage et exploitation
Les blocs et les attributs : création et insertion de blocs, bibliothèques personnalisées, extraction d'attributs

■ La mise en plan

Les espaces objet et papier. Le multi-fenêtrage
Les formats d'échange : importation et exportation des formats
L'édition de plans : l'imprimante, le traceur

Objectifs (3 jours)

Maîtriser les fonctions avancées d'AUTOCAD;
Apprendre les techniques de modélisation surfacique et volumique 3D plus attractives

■ Gestion des calques et des renseignements

Définition et utilisation des styles de texte et de cote
Espaces objet et papier. Le multi-fenêtrage

■ Personnalisation d'AutoCAD

Paramétrages des barres d'outils, des couleurs d'affichage et des chemins de fichier

■ Définition et utilisation des attributs de blocs

Création et gestion des blocs
Définition des attributs (étiquette, invite, valeur...)
Point d'insertion et option de texte

■ Contrôle des référence externes

Attacher et détacher des référence externes
Décharger et recharger des référence externes

■ Les systèmes de coordonnées en 3D et le SCU

Affichage et définition du SCU; Sauvegarde et rappel du SCU

■ Création et modification d'objets 3D

Modélisation Surfacique; Modélisation Solide 3D les bases
Edition des solides 3D

■ Utilisation des projections 3D vers 2D

■ Réalisation de rendu photo-réaliste

■ La mise en plan

[illegible]

XPress Durée 5 jour

- Apprendre la mise en page des documents pour le flashage, l'impression laser ou la production de fichiers PDF pour la presse, l'édition ou la publicité.

XPress Mise à jour vers 8 Durée 2 jours

- Ce stage vous permettra de vous familiariser avec les fonctions apparues dans les dernières versions d'Xpress ainsi qu'aux changements d'interface.

XPress pour les SR Durée 3 jours

- Utiliser XPress surtout sur les fonctions de relecture, de correction du texte et d'application de styles.

InCopy et InDesign Durée 2 jours

- Savoir utiliser InCopy en collaboration avec InDesign.

InDesign pour les SR Durée 3 jours

- Focus sur les fonctions de relecture, de correction du texte et d'application de styles.

InDesign Mise à jour vers CS5 Durée 2 jours

- Découvrir les nouveautés de la version CS5.

InDesign Migration vers InDesign Durée 2 jours

- Apprendre un nouvel outil de mise en page et son interface pour utilisateurs avertis.

InDesign Perfectionnement Durée 3 jours

- Améliorer votre productivité sur InDesign.

Illustrator Durée 5 jours

- Réaliser des illustrations, des logos ou des mises en page publicitaires.

Illustrator Perfectionnement Durée 3 jours

- Élargir vos compétences sur Illustrator par l'apprentissage de techniques avancées (3D, vectorisation d'images...).

Photoshop Durée 5 jours

- Créer, modifier, gérer un dessin en deux dimensions; imprimer à différentes échelles et formats; échanger des documents avec des tiers.

Photoshop Perfectionnement Durée 4 jours

- Approfondir les techniques de traitement de l'image numérique, de la retouche, du photomontage et de la chromie.

Maquette Durée 3 jours

- Comprendre les problématiques posées par la réalisation de maquettes pour l'édition.

SECRÉTARIAT
um dolor sit amet, consectetur
diat est. Nu

[illegible]

COMMUNIQUER EFFICACEMENT PAR TÉLÉPHONE

Durée 2 jours

- Acquérir les meilleures techniques et pratiques au téléphone ; Renforcer son professionnalisme.

ATELIER TÉLÉPHONE : S'ENTRAÎNER AUX MEILLEURES PRATIQUES

Durée 2 jours

- Renforcer ses pratiques téléphoniques en réception et émission d'appels ; Se créer des fiches pratiques en fonction des cas rencontrés.

ATELIER TÉLÉPHONE : S'ENTRAÎNER AUX SITUATIONS DIFFICILES

Durée 2 jours

- Acquérir des réflexes dans la gestion de situations difficiles au téléphone pour ne plus être pris au dépourvu ; Maîtriser les situations difficiles, voire conflictuelles par une communication positive ; S'entraîner à mettre en œuvre les techniques et comportements adaptés à la gestion de ces situations.

BIEN S'EXPRIMER À L'ORAL

Durée 2 jours

- Comprendre l'impact d'une bonne expression orale sur son environnement professionnel ; Améliorer l'expression et la structuration de ses idées pour les mettre en valeur en toutes circonstances.

S'EXPRIMER AVEC FACILITÉ

Durée 2 jours

- Comprendre l'impact d'une bonne expression orale sur son environnement professionnel ; Améliorer l'expression et la structuration de ses idées pour les mettre en valeur en toutes circonstances.

ÊTRE À L'AISE AVEC L'ORTHOGRAPHE

Durée 2 jours

- Devenir «incollable» en orthographe en jouant au jeu de l'orthographe sur un mode humoristique grâce à la méthode «Mémoriso».

BIEN RÉDIGER SES COURRIERS

Durée 2 jours

- Rédiger rapidement des courriers clairs et précis ; Acquérir ou revoir les techniques et les outils pour organiser leur contenu ; Trouver le ton juste.

ÉCRIRE AVEC FACILITÉ

Durée 2 jours

- Lever les freins à l'écriture ; passer des idées à leur organisation et à leur rédaction ; Trouver le ton juste et le style adapté ; Savoir se relire.

ÉTABLIR UN BON RELATIONNEL

Durée 2 jours

- Connaître les différentes formes de communication ; Acquérir des méthodes pour leur bonne utilisation ; Apprendre à gérer la dimension relationnelle de sa fonction.

DÉVELOPPER ASSERTIVITÉ ET CONFIANCE EN SOI

Durée 2 jours

- Mieux identifier ses forces et faiblesses ; Faciliter son développement personnel et professionnel.

MIEUX S'ORGANISER DANS SES MISSIONS D'ACCUEIL

Durée 2 jours

- Améliorer la qualité de son accueil grâce à une meilleure organisation (personnelle et de son poste de travail) en s'appuyant sur des outils efficaces et des supports d'information pertinents.

GÉRER TENSIONS ET CONFLITS EN SITUATION D'ACCUEIL

Durée 2 jours

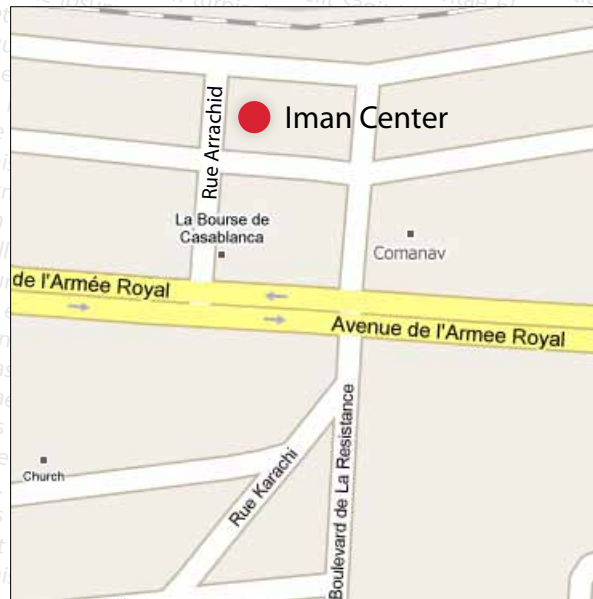
- Acquérir les comportements adaptés à une situation d'accueil conflictuelle en face à face ; Savoir désamorcer les tensions ; Connaître les actions préventives à mettre en place.

12 | LISTE DE NOS RÉFÉRENCES

A.B.N. AMRO BANK
ACTION INFORMATIQUE
AIR France
BAYER
BOURCHANIN
BOTTU
BRIOR
C.D.G.
C.M.G
C.M.H.
C.M.K.D.
C.T.T. MINES
CAMPENON BERNARD GSE
CAROLINE CONFECTION
CHIMPRINT
COMITRAM
COPER AND LYBRAND
COBOMI
CREDOR
COSUMAR
CADBURYMOROCCO
D.H.L. AVIATION
DIAC EQUIPEMENT
DYAR AL MADINA
ES DATA
GROUPE BRASSERIES DU MAROC
GROUPE ONA
GROUPE TRIADE
HAMELLE MAROC
INTRAL
JOHNSON DIVERSEY
JET ALU MAROC
K.L.M.
K.T.I.

KINGGENERATION
L.G.M.C.
L'ECONOMISTE
LAVIE ECONOMIQUE
LONGOMETAL INDUSTRIE
LORILLEUX MAROC
MOBIL OIL MAROC
N.B.R.
ONTS
PAPELERA DE TETUAN
PASTOR
PETROM
PRIMARIOS
REMINEX
S.M.E.S.I.
S.M.I.
S.N.R. MAROC
SAFILAT
SAPAK KOUTOUBIA
SAGA MAROC
SALAFIN
SCBG CocaCola
SCBG N
SCBG S
SERVICE MATERIEL DE LA D.E.E.S.R.
SEVAM
SIGMATEL
SMAEX
SOMEPI
SOTHEMA
SOFRAMAR
THOMSON MICROSONIC
TRAVAUX PUBLICS
TREMOLEDE

WAFI COM
WAFI IMMOBILIER
UNAP
SIMETA
CADBURY MOROCCO
ESITH



SYSTEMIC

Iman Center

Rue Arrachid Md, 20000 Casablanca

Tél. : 05 22.31.45.50 / 05 22.54.23.12 - Fax : 05 22.31.45.78

www.systemic.net

Email : info@systemic.net