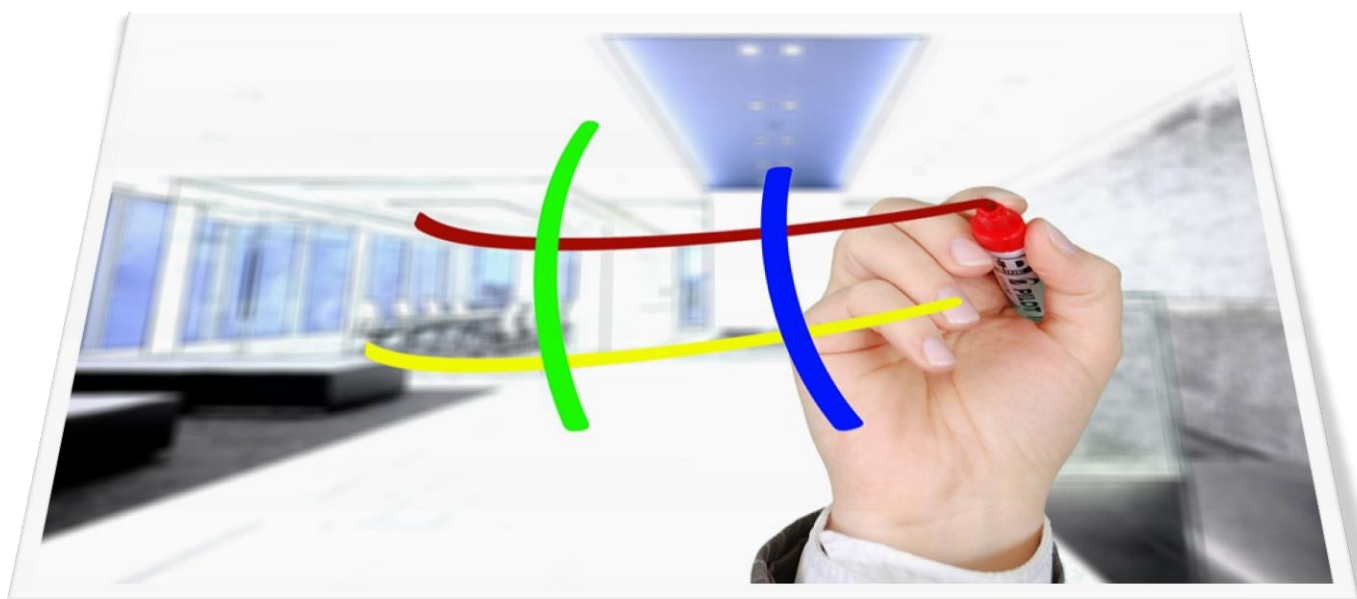


# **CATALOGUE de FORMATION**

## **SEPT – DECEMBRE 2015**

**ACCOMPAGNEZ VOTRE ENTREPRISE DANS SA  
TRANSFORMATION DIGITALE**



## Liste de formations proposées

- ✓ « Apprendre à lancer une campagne d'e-mailing optimisée » Niveau 1
- ✓ « E-mailing : Savoir optimiser la relation avec ses clients » Niveau 2
- ✓ « Comment mettre en place une stratégie de Relation Clients efficace à l'ère d'Internet »
- ✓ « Savoir chercher sur Internet »
- ✓ « Les réseaux sociaux pour les Professions Libérales »  
ou « Etre visible (mais pas trop) à l'ère d'Internet... »

Page 8 : La formatrice

Page 9 : Eléments complémentaires relatifs aux formations

Page 10 : Bulletin d'inscription

**Des formations sur mesure selon vos problématiques de transformation digitale sont également possibles pour 1 ou plusieurs personnes. N'hésitez pas à nous contacter.**

**Coordonnées**  
Marie Jouet  
Web Performer  
Site web : [Web-performer.fr](http://Web-performer.fr)  
Mail : [mjouet@web-performer.fr](mailto:mjouet@web-performer.fr)  
Tel : 05.59.23.08.04



## « Apprendre à lancer une campagne d'e-mailing optimisée » Niveau 1



**Public:** Tout public souhaitant mettre en œuvre ou optimiser une stratégie d'emailing, responsable ou créateur d'entreprise, responsable marketing, responsable commercial, salarié...



### Objectifs pédagogiques



- Connaître les spécificités de l'emailing et les enjeux de la communication par mail
- Comprendre les règles d'un mailing réussi
- Connaître les solutions existantes pour les petites et moyennes structures

**Dates :**

Jeudi 1<sup>er</sup> octobre,  
mardi 17 novembre,

**Prix :** 402€ TTC dont 340 € de frais pédagogiques. Déjeuner inclus.

**Lieu :** La Réserve à St Jean de luz

### CONTENU :

#### Quel est l'enjeu de l'e-mailing pour les entreprises ?

- Caractéristiques, utilisation et résultats attendus de l'e-mailing
- Cycle de vie du client (prospection, fidélisation, client inactifs...)
- Newsletters vs programme de relation client

#### Les règles pour des e-mailings réussis : la base de données

- Création de la base de données, constitution, location d'adresses
- Gestion et mise à jour

#### Les règles pour des e-mailings réussis : la délivrabilité

- Le Spam et le rôle de FAI
- Les obligations légales
- Les règles pour optimiser la délivrabilité de vos e-mails

#### Les règles pour des e-mailings réussis : la maquette

- L'objectif et le message
- Le rôle des images
- Les liens et les boutons d'action
- La réassurance

#### Présentation de quelques outils d'e-mailings du marché



## « E-mailing : Savoir optimiser la relation avec ses clients »

### Niveau 2

1 jour

**Public:** Tout public souhaitant optimiser une stratégie d'e-mailings déjà existante ou ayant la responsabilité de la relation client ainsi qu'une expérience du marketing direct et de l'emailing.



#### Objectifs pédagogiques



- Comprendre les règles d'un mailing réussi
- Les indicateurs et le suivi des campagnes d'e-mailings
- Intégrer le marketing Automation et le trigger marketing dans sa stratégie commerciale

**Dates :**

Jeudi 15 octobre

Jeudi 19 novembre,

**Prix :** 452€ TTC dont 390 € de frais pédagogiques. Déjeuner inclus.

**Lieu :** La Réserve à St Jean de luz

#### CONTENU :

##### Rappel des règles d'un e-mailing réussi

- Méthodologie
- Rappel des règles d'un mailing réussi
- Outils et plateformes

##### Optimiser ses campagnes d'e-mailing grâce à l'analyse des résultats

- Comprendre les indicateurs à suivre
- Les tests A/B
- Intégrer ses campagnes mails à Google Analytics

##### Comprendre le marketing Automation et le Trigger Marketing

- Le cycle de vie du client et les moments de contact pertinents
- Comprendre comment fonctionne les dispositions de récupérations des données personnelles des internautes
- Comprendre comment mettre en place un dispositif de trigger marketing intégré à votre site web

##### Les plateformes de marketing Automation

- Présentation de quelques outils adaptables à votre entreprise

##### Mise en pratique



## « Comment mettre en place une stratégie de Relation Clients efficace à l'ère d'Internet »

1 jour

**Public:** Tout public souhaitant mettre en œuvre ou optimiser une stratégie de Relation pérenne avec ses clients : responsable ou créateur d'entreprise, responsable marketing, responsable commercial, web-marketeur



### Objectifs pédagogiques



- Connaître les enjeux de la Relation client à l'ère d'Internet
- Comprendre les règles de mise en place d'une stratégie de Relation client efficace
- Panorama des solutions digitales existantes pour la petite structure

**Dates :**

Mardi 13 octobre

Mardi 1<sup>er</sup> décembre,

**Prix :** 402€ TTC dont 340 € de frais pédagogiques. Déjeuner inclus.

**Lieu :** La Réserve à St Jean de luz

### CONTENU :

#### Quel est l'enjeu de la Relation client pour votre entreprise ?

- Valeur d'un prospect vs valeur d'un client
- Définition de la Relation Client
- Bilan de la relation client dans votre entreprise
- Quel impact sur votre organisation ?

#### L'évolution du comportement du consommateur connecté

- Médias sociaux et innovation technologique
- Déconnexion entre les entreprises et les consommateurs
- Nécessité de modifier son approche de la relation client

#### Les règles pour une relation client optimisée

- Ecouter le client
- Avoir des valeurs partagées
- Parler d'une voix et retrouver du sens
- Rechercher l'engagement
- Les indicateurs et le pilotage

#### Les moyens

- L'objectif, le message et le ciblage
- CRM
- L'organisation interne
- E-mailing ciblés et Marketing automation
- La présence sur les réseaux
- Une entreprise sociale créée pour la nouvelle ère relationnelle

## « Savoir chercher sur Internet »

1 jour

### **Public:** Tout public

Entreprises , professions libérales ou étudiants souhaitant gagner du temps et de l'efficacité lors de recherches sur Internet (Diagnostics, e-réputation, veille concurrentielle, études documentaires, études de marché...)



### Objectifs pédagogiques



- Savoir optimiser la qualité de sa recherche et de ses diagnostics sur Internet
- Connaître les outils utiles pour chercher et traiter l'information
- Etre capable de mettre en place une veille sur Internet

#### **Dates :**

Mardi 24 novembre

**Prix :** 462€ TTC dont 400€ de frais pédagogiques

### CONTENU :

#### Ne pas se laisser diriger par les moteurs de recherche ou les réseaux sociaux

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Méthodologie de recherche
- Les mots clés

#### D'autres sources d'informations

- Les alertes
- Les outils de curation
- Les lecteurs de flux
- Les sites spécialistes, les blogueurs

#### Les réseaux sociaux peuvent être une source d'information utile par son actualité

- La fonction recherche de Twitter
- Les groupes LinkedIn

#### Comment organiser les informations relevées ?

- La gestion de l'information par un exemple d'application : Evernote
- Les tags
- Le mind map

#### Travaux Pratiques

Mise en application des notions vues



## « Les réseaux sociaux pour les Professions Libérales ou Etre visible (mais pas trop) à l'ère d'Internet »



**Public:** Professions libérales,  
Auto-entrepreneurs  
Entrepreneurs individuels  
Consultants  
Créateur d'entreprise

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★  
**Objectifs pédagogiques**  
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

- Etre visible à l'ère d'Internet : un Challenge
- Vie Privée / Vie Professionnelle : Réseaux personnels et réseaux professionnels, quelle porosité entre les deux ? Comment être acteur de sa présence sur le net
- CyberSécurité et confidentialité : Quelques règles d'hygiène digitale à connaître

**Dates :** vendredi 11 décembre  
9h- 13h

**Prix :** 240 € TTC dont 200€ de frais pédagogiques

**A noter :** il est recommandé de se munir d'un ordinateur portable ou par défaut d'une tablette

### CONTENU :

#### Comprendre l'enjeu de l'environnement créé par Internet

- Les pages jaunes sont en train d'être tuées par Google. Y a-t-il des alternatives ?
- Internet change la donne de la relation avec les clients
- Le smartphone : une révolution ! Comment se protéger et l'utiliser au mieux.

#### Comprendre les réseaux sociaux

- Qu'est ce qu'un réseau social ?
- Présentation et caractéristiques des principaux réseaux sociaux
- Quel enjeu pour mon activité professionnelle ?
- Etre ou ne pas être sur les réseaux sociaux ?
- Sécuriser ses infos sur les réseaux sociaux

#### Zoom sur trois réseaux sociaux majeurs à connaître pour les professions libérales :

- Facebook : Notion de profil, pages, groupe, confidentialité
- LinkedIn : Les groupes, la page entreprise
- Twitter : La fonction de recherche

#### Comment être présent dans la recherche Google sans site internet ?

- Les pages jaunes et les annuaires
- Créer son compte Google My Business



**Formatrice :**

Marie Jouet est consultante auprès de petites et très petites entreprises. Elle est également intervenante en formation marketing web, gestion de projet et/ou création d'entreprise pour des étudiants en Master 2 Management commercial (Bac+5) .

De formation initiale commerciale et marketing – option Marketing des Services à Sup de Co Toulouse (Promo 1990), elle complète sa formation supérieure par un MBA Marketing Digital au MBA-MCI de l'institut Léonard de Vinci (Paris – La Défense) en 2014 qu'elle finalise par une mention Très bien (18/20) à sa thèse professionnelle.

Pendant 15 ans, responsable marketing puis responsable commerciale régionale dans une grande entreprise nationale (EDF puis Gaz de France), elle démissionne pour créer son entreprise de conciergerie d'entreprise entre 2007 et 2012.

Formée également à la méthode Lean-Startup, elle conseille, accompagne et forme des entreprises dans le développement de leur stratégie marketing et digitale.





## Éléments complémentaires relatifs aux formations

### **Moyens pédagogiques utilisés :**

- La formation est basée sur une partie théorique (support Power Point) et des exercices pratiques pour mise en œuvre des recommandations théoriques
- Un support de cours sous forme de livret de recommandations de pratique ainsi que la présentation Powerpoint sera remis à chaque participant à l'issue de la formation par mail.
- Les participants sont encouragés à venir avec un ordinateur portable ou à défaut une tablette numérique ou encore un smartphone pour pouvoir mettre en pratique. Un accès Wifi sera accessible lors de la formation. Il ne sera pas obligatoirement sécurisé car souvent public.
- Un formulaire de préparation sera envoyé aux participants avant la session.

### **Nombre de participants :**

10 participants maximum pour un accompagnement personnalisé optimisé.

### **Niveau de connaissances préalables requis :**

Aucune connaissance spécifique des réseaux sociaux ou du marketing digital n'est requise mais ces formation ne sont pas adaptées à des personnes n'ayant jamais ou peu utilisé d'ordinateur

### **Suivi de la bonne execution de la formation :**

- Chaque participant signera une feuille de présence par ½ journée de présence et remplira un questionnaire de satisfaction en fin de formation.

### **Mode d'évaluation**

- Une évaluation qualitative de la formation est complétée par les participants en fin de session.

### **Coût de la formation :**

- Le coût de la formation est précisé pour chaque formation. Les frais pédagogiques peuvent être pris en charge dans le cadre de la formation professionnelle. Tous les documents nécessaires et demandés seront fournis mais il reste de la responsabilité de l'entreprise de soumettre un dossier de prise en charge à son OPCA.
- Pour les formations d'une journée, le déjeuner sur place est inclus.
- Les frais de formation sont des charges déductibles.
- Les chefs d'entreprises ou indépendants peuvent également bénéficier d'un crédit d'impôt formation du chef d'entreprise à hauteur de 381€/an (barème 2015).

### **Prise en compte des inscriptions :**

- Pour être valable, une inscription doit être composée :
  - ⇒ d'un bon d'inscription complété et signé par un responsable de l'entreprise. Le tampon administratif de l'entreprise doit être apposé.
  - ⇒ Un chèque du montant total de la formation (50% si la formation a lieu plus de 3 mois plus tard)

### **Annulation des formations :**

- Web-Performer se réserve a possibilité d'annuler ou déplacer une session de formation si le nombre minimum de participants n'est pas atteint. En cas d'annulation, les sommes versées sont remboursées aux participants.

Voir articles 5 et 6 de la convention de formation professionnelle en page suivante

## Bulletin d'inscription

Les informations données permettront de rédiger la convention de formation qui pourra être envoyée à l'organisme de formation professionnelle dont vous dépendez.

**Nom l'entreprise :**

Représentée par :

Fonction :

Adresse mail :

Adresse contractuelle pour la convention de formation :

Adresse de facturation si différente :

Téléphone :

N° de SIRET :

**Nom et prénom du participant :****Fonction :****Téléphone :****Mail :****Formation choisie :****Date :****EXTRAIT DES ARTICLES 5 ET 6 DE LA CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE****ARTICLE 5: FACTURATION AU TITRE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE**

En application de l'article L.6354-1 du Code du travail, il est convenu entre les signataires de la présente convention, que faute de réalisation totale ou partielle de la prestation de formation, l'organisme prestataire doit rembourser au co-contractant les sommes indûment perçues de ce fait.

La non réalisation totale de la formation du à la carence du prestataire ou au renoncement de la prestation par l'acheteur ne fera pas l'objet d'une facturation au titre de la formation professionnelle.

La réalisation partielle de la prestation de formation, imputable ou non à l'organisme de formation ou à son client, ne donnera lieu qu'à facturation, au titre de la formation professionnelle continue, des sommes correspondantes à la formation effective réalisée.

**ARTICLE 6: CLAUSE DE DEDIT - REPORT**

En cas de renoncement ou de réalisation partielle imputable au client d'une action de formation à moins de 7 jours francs avant la date prévue à l'article 1 et hors de toute possibilité de report de cette action, le client s'engage à verser les sommes équivalent à la préparation de l'action de formation.

En cas de réalisation partielle du fait du client à moins de 7 jours francs du début de la formation, celui-ci s'engage à verser la totalité du montant de la formation au prestataire.

**Cette somme n'est pas imputable sur l'obligation de participation de l'employeur au titre de la formation professionnelle continue et ne peut faire l'objet d'une demande de remboursement ou de prise en charge par l'OPCA.**

**Celle-ci est spécifiée sur la facture, ou fait l'objet d'une facturation séparée et ne doit pas être confondue avec les sommes dues au titre de la formation. Seul le prix de la prestation réalisée partiellement est facturé au titre de la formation professionnelle.**