

CATALOGUE DE FORMATION

RECHARGEZ VOS COMPÉTENCES

RELOAD

RELOAD, AGENT DE (TRANS)FORMATION

NOTRE CONVICTION

La formation est un outil au service de la transformation des entreprises et l'un des piliers d'une stratégie de conduite du changement. Le premier challenge de la transformation n'est pas technologique mais humain. Les défis les plus difficiles à surmonter sont internes : la culture, l'organisation, le leadership et les compétences.

Le numérique n'est pas une nouvelle discipline à apprendre, Il entraîne une modification radicale de nos repères. Sur chaque marché, nous devons réinventer les fondements du marketing.

NOTRE ENJEU

Pour l'entreprise, la formation doit être au service de la stratégie de changement. Elle doit transmettre votre nouvelle vision de votre marché, de votre marque...

Pour l'individu, la formation doit être le déclencheur, elle doit donner envie à chacun de changer son point de vue et ses pratiques.

NOTRE MÉTIER

Nous appuyer sur nos connaissances en neurolearning pour créer des parcours d'expériences en résonance avec la stratégie d'entreprise.

Ces expériences doivent être ludiques, surprenantes, interactives elles vont créer chez les apprenants l'envie d'initier des changements de méthodes de travail, d'intégrer de nouveaux concepts.



RELOAD EST RÉFÉRENCÉ SUR DATADOCK

La loi du 5 mars 2014 confie à tous les financeurs de la formation professionnelle la responsabilité du suivi et du contrôle de la qualité des organismes de formation avec lesquels ils travaillent, pour améliorer la transparence de l'offre de formation et favoriser une montée en charge progressive de la qualité des actions de formation.



MASTERSCLASS

1-24



MÉTHODES DE TRAVAIL

Assimiler de nouvelles méthodes & outils pour transformer vos pratiques

TRANSFORMATION DIGITALE
TRANSFORMATION PERSONNELLE
DESIGN THINKING
STORY-TELLING
GESTION DE PROJET & AGILITÉ
INSIGHT
VEILLE STRATÉGIQUE



STRATÉGIQUES

Aborder les sujets stratégiques fondamentaux pour avoir une vision globale du digital

ECOSYSTEME DE MARQUE
E-MARKETING
CHANNEL PLANNING
MÉDIAS SOCIAUX
MOBILE
CRÉATION DIGITALE
INTRODUCTION À LA DATA
STRATÉGIE DATA



EXPERTISES

Acquérir les nouvelles expertises et compétences, requises pour évoluer dans un environnement de plus en plus digitalisé

ARCHITECTURE DE L'INFORMATION
CRÉATION POUR MOBILE
CRÉATION D'INTERFACES
COMMERCE EN LIGNE
COMMERCE CONNECTÉ
INNOVATIONS NUMÉRIQUES
PUBLICITÉ EN LIGNE
RÉFÉRENCEMENT



PARCOURS DE FORMATION

27-38

Design de parcours personnalisés en fonction des statuts des employés (chef de projet, manager...) et du niveau de maturité digitale des participants

PARCOURS PRODUCTEUR DIGITAL
PARCOURS MANAGER 360°
PARCOURS DIGITAL « ALWAYS ON »
PARCOURS EXPÉRIENCE
PARCOURS TRANSFORMATION



PASSEPORT NUMÉRIQUE

41-44

Une offre de formation diplômante grâce à un process d'évaluation unique sur le marché

UNE FORMATION DIPLÔMANTE
LE PROGRAMME DU MOOC
ÉVALUATION & CERTIFICATION



MY UNIVERSITY

47-50

Mise en place d'un programme d'entreprise en fonction de vos besoins opérationnels (audit, stratégie & mise en œuvre)

RÉUSSIR VOTRE TRANSFORMATION
DE L'AUDIT À LA MISE EN ŒUVRE
ALGORITHMES D'APPRENTISSAGE

LES NOUVEAUX OBJECTIFS DE LA FORMATION

La digitalisation de nos sociétés transforme en profondeur notre rapport au savoir : il est disponible partout et à tout moment. L'enjeu des formations n'est plus seulement d'acquérir des connaissances, mais de développer de nouvelles compétences.

Face à un environnement incertain (VUCA - *Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*), les entreprises sont dans l'impératif de s'adapter et d'évoluer.

La priorité des formations est de donner les clés aux apprenants pour qu'ils puissent gérer et anticiper ces changements.

Il est nécessaire de former les collaborateurs à :

- Travailler ensemble et partager les expériences.
- Acquérir de nouvelles méthodes de travail.
- Évoluer dans des organisations agiles.
- Développer le réflexe de l'auto-formation.



« L'ENJEU DES FORMATIONS N'EST PLUS SEULEMENT D'ACQUÉRIR DES CONNAISSANCES, MAIS DE DÉVELOPPER DE NOUVELLES COMPÉTENCES. »

UNE VISION ACTIVE DE LA FORMATION

Hier, le formateur était l'acteur principal, aujourd'hui, c'est l'apprenant. Afin de faire évoluer les pratiques des apprenants, nous nous appuyons sur deux leviers :

- Connaissance du fonctionnement du cerveau pour définir des principes pédagogiques.
- Création d'expériences et pilotage de la mise en pratique des acquis.

Nous avons construit nos sessions en fonction des grandes conclusions du neurolearning.

Pour optimiser les écosystèmes apprenants, il faut maîtriser les leviers majeurs d'intégration des acquis : les techniques de mémorisation et de gestion des émotions.

L'ensemble de nos pratiques est regroupé dans une charte pédagogique.

L'OBJECTIF EST DE FAIRE VIVRE UNE EXPÉRIENCE AUX APPRENANTS.

Nos formations sont basées sur le principe des classes inversées : la partie théorique du cours est traitée par l'apprenant à distance pour ensuite mettre en pratique les connaissances en présentiel.

C'est en traitant les problèmes réels et opérationnels des collaborateurs que la formation prend tout son sens.

Les formations doivent être suivies d'un accompagnement terrain pour pouvoir piloter la mise en pratique des acquis et accroître l'efficacité des dispositifs.

Pour animer nos formations, nous intégrons des jeux, des ateliers, des outils innovants (réalité virtuelle)...

CHARTE PÉDAGOGIQUE

Partager les éléments de cours avant

Ne pas avoir peur de répéter

Réduire la quantité d'information

Fractionner l'apprentissage

Inciter les échanges entre apprenants

Multiplier les feedbacks

Intégrer des défis

UNE OFFRE 100% COMMUNICATION

Nous sommes forts d'une expérience des métiers du marketing et de la communication : nous avons travaillé avec l'ensemble des acteurs de la chaîne de production de la communication : agences, médias et annonceurs.

EXEMPLES D'EXPÉRIENCES

Création d'une université interne au sein de Publicis Conseil (2015-2016).



Mise en place d'une formation en ligne (MOOC) sur le marketing web pour l'Institut Français (2017).



Mise en place de parcours ad'hoc pour Mediapost Publicité. Des formations métiers dédié au storytelling (2017).



CELA NOUS A PERMIS

- D'avoir une connaissance des métiers (marketeurs, planneurs stratégiques, créatifs...) et donc d'adapter nos formations à leurs spécificités.
- D'intégrer les spécificités de cette industrie : rythme de travail, type d'organisation, contraintes...
- De développer une vision du digital et de partager des convictions sur les innovations (formats, medias...) afin que vos clients puissent profiter au mieux des opportunités offertes par la transformation digitale.

EXPERTS AU SERVICE DE VOTRE TRANSFORMATION



YVES SIMÉON

Artisan de la transformation

Après avoir accompagné le développement et la transformation des agences media Carat et Publicis Media pendant 15 ans, en créant notamment leurs centres d'experts en communication planning, insights, j'ai créé le cabinet de consulting et formation RELOAD.

Pour construire les programmes je m'entoure des experts référents sur le marché : Yves Bardon, Frédéric Grelier, Erminio Porçu, Emmanuel Raillard...

UNE OFFRE QUI COUVRE

MÉTHODES DE TRAVAIL

Le digital est opportunité pour repenser nos pratiques pour plus de collectif, plus de créativité.

STRATÉGIE

Social, Mobile, Channel planning après des années de tactique, la conception de stratégies devient clef.

EXPERTISES

De nouvelles expertises doivent être intégrées.

DES MODALITÉS D'INTERVENTION

- La journée de formation avec les MASTER CLASS (Peut-on mettre en majuscule)
- Les PARCOURS dédiés à des publics spécifiques: producteurs, responsables de communication...
- Le MOOC DIPLOMANT pour assurer la maturité digitale de l'ensemble des collaborateurs
- La mise en place de programmes long terme : UNIVERSITE INTERNE

MASTERSCLASS

1-24



MÉTHODES DE TRAVAIL



STRATÉGIQUES



EXPERTISES

TRANSFORMATION DIGITALE

IDENTIFIEZ LES PISTES DE TRANSFORMATION DE VOTRE MARKETING

CONSTAT

Malgré la prise de conscience générale de l'impact de l'uberisation et de la transition numérique dans notre quotidien, peu d'entreprises ont véritablement entamé leur transformation digitale. Cette formation vous permet d'avoir une vision globale sur les enjeux de la transformation et de l'impact du digital et des innovations sur votre modèle marketing.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre les principaux effets de la transformation digitale sur les médias, la consommation...

Mieux appréhender l'impact de la transition numérique sur votre marketing.

Anticiper les innovations, les ruptures liées aux innovations récentes.

Imaginer votre modèle marketing de demain.

CONTENU DÉTAILLÉ

Les différentes ruptures engendrées par le digital : économiques, managériales, sociétales

Impacts de la transformation digitale sur le marketing

Définition des champs prioritaires de l'innovation pour votre marque à l'aide de notre grille d'analyse propriétaire

Création de scénarios de prospective de marque (atelier de Design Fiction)

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentation interactive animée par un atelier de Design Fiction (technique d'exploration des implications des évolutions futures, liées au développement d'une technologie émergente). Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Membres du comité de direction et managers

Durée : 1 journée

Cette formation fait l'objet d'une journée complémentaire en page 18 avec le masterclass « Innovations numériques ».

Nombre de participants : 10



Intervenant : Yves SIMÉON,
directeur général Reload

TRANSFORMATION PERSONNELLE

YES YOU CAN

CONSTAT

L'intégration du numérique nécessite de tels changements dans les habitudes de travail qu'il semble nécessaire en amont des processus de changement de modifier son état d'esprit de travailler sur soi pour mieux vivre l'ensemble des transformations.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Prendre des décisions avec agilité

Passer du mode automatique en mode adaptatif.

Transformer les émotions négatives en actions créatives et constructives.

Fluidifier les zones de tension.

Mieux communiquer avec soi et les autres, pour avancer vers les objectifs de façon unie.

CONTENU DÉTAILLÉ

Ecrire les changements rêvés

Préciser sa vision et ses valeurs clés non négociables / critères d'évolution

Repérer mes zones d'ombre et de besoins

Repérer les zones de tensions, leurs insights, leurs natures, et brainstorming sur les solutions

Maîtriser la communication non violente

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Atelier individuel et brainstorming collectif

ORGANISATION

Public: Tous

Durée: 1 journée

Nombre de participants: 8

Intervenant: Coach expert du changement, spécialiste des neurosciences

DESIGN THINKING

LA PRODUCTION COLLECTIVE DE SOLUTIONS CENTRÉES UTILISATEURS

CONSTAT

Après des décennies de course à l'innovation, les entreprises ont oublié de penser consommateurs et ont multiplié les silos dans les organisations. Face à ce nouveau contexte, le marketing et la communication doivent recourir à de nouvelles méthodologies intégrant l'utilisateur dans le processus et la production de solutions.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

S'approprier l'état d'esprit du design thinking.

Apprendre à mettre en place des techniques de création et de gestion de projet collaboratives et itératives.

Apprendre à générer des idées en adoptant une approche centrée utilisateur.

CONTENU DÉTAILLÉ

La philosophie du Design Thinking

Les différentes approches méthodologiques

« Best of » des techniques et outils du design thinking

Zoom sur les personas, le business canvas, la carte d'empathie...

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animation d'un atelier: imaginer des services innovants en adaptant une approche centrée utilisateur. Vidéo-projection.

Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Commerciaux, chef de projet, managers, souhaitant développer les techniques de création et de gestion de projet collaboratives au sein de leurs équipes.

Durée: 1 journée

Une deuxième journée est disponible pour vous permettre d'intégrer d'autres outils de génération d'idées et les méthodes de prototypage.



Intervenant: Emmanuel RAILLARD, enseignant et consultant en design de services et design de management.

STORY-TELLING

RÉALISEZ DES PRÉSENTATIONS À EN FAIRE PÂLIR STEVE JOBS

CONSTAT

Le niveau d'attention d'un public décroche au bout de 10 minutes. La compréhension globale des messages et leurs impacts peuvent être optimisés en construisant une narration avec méthode et créativité. De plus, la présentation d'un plan de communication intégré est complexe, faire vivre une véritable expérience narrative à vos auditeurs est primordial.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Apprendre à structurer votre discours.
Intégrer les attentes de vos clients pour être plus impactant.
Réaliser des présentations qui permettent de faire vivre une stratégie à vos clients.

CONTENU DÉTAILLÉ

Ingrédients clés du story-telling

Le pitch - construction des étapes narratives

Méthode de présentation d'un plan de communication intégré : articulation de la campagne, son fil rouge, son orchestration, etc

Principes de mise en page des recommandations

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est animée par un atelier de reconstruction d'une présentation (fournie par les stagiaires). En fonction du secteur & métier de l'apprenant, la formation peut être adaptée. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Professionnels de la communication (juniors, seniors, managers, commerciaux, etc) souhaitant améliorer leurs capacités de présentation. Formation adaptée à tous les niveaux.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10



Intervenant : Yves SIMÉON,
directeur général Reload

GESTION DE PROJET ET AGILITÉ

PRATIQUEZ LA GYMNASTIQUE DES PROJETS WEB

CONSTAT

Avec la multiplication des canaux numériques, les projets web sont de plus en plus nombreux et de natures très différentes. Ce nouveau contexte qui entoure les projets implique d'adopter des méthodes de gestion pragmatiques reposant sur l'agilité.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre les enjeux de la gestion de projet en fonction des supports numériques (site web, application mobile...).

Découvrir les acteurs et les grandes étapes d'un projet web (activités, livrables...).

Appréhender les différents outils et indicateurs-clés.

CONTENU DÉTAILLÉ

Le B-A-BA de la gestion de projet

Les rôles et grandes étapes d'un projet web

Outils et bonnes pratiques

Le manifeste et les méthodes agiles

Ateliers de prise en main

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentation interactive et illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des sessions de prise en main : planification, organisation agile avec LEGO4SCRUM (construction de la ville idéale en Legos par équipe). Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Chefs de projets, directeurs de projets, futurs scrum masters et managers agiles, commerciaux.

Durée : 1/2 journée

Nombre de participants : 10

Intervenant : Scrum master spécialiste du mode agile en entreprise

INSIGHT ET PARCOURS CONSOMMATEUR

DEVENEZ CHERCHEUR D'INSIGHTS

CONSTAT

La compréhension des demandes de vos clients, et l'identification des points de friction (insights), sont deux enjeux de plus en plus stratégiques pour assurer la pertinence de vos stratégies.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre les enjeux des insights, les détecter et les classer (insights marques, consommateurs, médias).

Apprendre à interpréter les insights consommateurs.

Adopter le réflexe de l'intégration d'insights dans vos stratégies de communication.

CONTENU DÉTAILLÉ

Définition d'un insight

Techniques de formulation

Insight et tendances

Identification des insights : parcours consommateurs, cartes d'empathie...

Déploiement des insights

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des cas pratiques. Animation d'un atelier « À la chasse aux insights ». Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Professionnels de la communication, impliqués dans une phase de stratégie marketing/communication, souhaitant apprendre à analyser les insights ou à intégrer cette méthode dans leurs stratégies de communication.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10



Intervenant : Yves SIMÉON,
directeur général Reload

VEILLE STRATÉGIQUE

DEVENEZ L'ACTEUR LE MIEUX INFORMÉ DE VOTRE MARCHÉ

CONSTAT

À l'ère de l'information, surveiller son environnement de façon permanente est devenu incontournable. La veille permet d'anticiper l'évolution de votre secteur d'activité et d'en tirer les meilleures opportunités. Cependant, la mise en place d'une veille est complexe. Cette formation a pour objectif de donner les clés de compréhension et d'appropriation des méthodes et outils de veille.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Connaître les principes de bases de la veille et ses différentes méthodes.

Identifier les points clés d'une veille efficace : choix du champ, collecte et exploitation des données.

Savoir choisir et utiliser les bons outils de veille, automatiser vos recherches.

CONTENU DÉTAILLÉ

La veille au service de votre stratégie

Les étapes d'une stratégie de veille efficace

Panorama des outils disponibles, mode de sélection

Mise en place d'une veille digitale sur Scoop It, Feedly...

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est construite autour de la prise en main d'un outil de veille. Nous pouvons configurer avec vous les premières étapes de votre stratégie de veille. Vidéo-projection.

Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Professionnel dont le métier nécessite la mise en place de systèmes de veille.

Formation accessible à tous.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 8

Intervenants : Responsable knowledge management

ECOSYSTEME DE MARQUE

PILOTER SA MARQUE À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

CONSTAT

La marque est aujourd'hui malmenée par les consommateurs. Les marketeurs hypnotisés par la technologie ont concentrés leur énergie sur la maîtrise des nouveaux canaux : média sociaux, programmation... Les questions de stratégie de marque ont semblés moins actuelles alors que la période de changement nécessite de comprendre le fonctionnement de l'écosystème de marque et d'imaginer son évolution.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre le fonctionnement des marques aujourd'hui.

Mettre en place votre nouvel écosystème de marque.

CONTENU DÉTAILLÉ

Les fondamentaux pour raconter une marque : récit de marque, mythes

Branding à l'ère du numérique : les éléments à réinventer

Les nouveaux modes d'expression de la marque

Méthode de construction de la marque (Brand Canvas)

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cas pratique : mise en application du Brand Canevas.
Utilisation des techniques de Design Fiction.

ORGANISATION

Public : Annonceurs ou Agences souhaitant remettre à plat leur vision de la gestion des marques à l'ère du numérique.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10



Intervenant : Yves Bardon, sociologue, ancien élève de l'École Normale Supérieure, Consultant Ipsos

E-MARKETING

ASSIMILEZ L'ESSENTIEL D'UNE STRATÉGIE WEB MARKETING

CONSTAT

Le web et les terminaux mobiles ont irrémédiablement bouleversé les comportements et attentes des consommateurs. À ce nouveau contexte correspondent de nombreuses nouvelles pratiques. Cette formation vous permet de revisiter la construction d'une stratégie de web marketing à travers les bonnes pratiques actuelles.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre l'impact du numérique sur les besoins des consommateurs et les parcours client.

Étudier les fondamentaux et les enjeux des différentes pratiques de e-marketing.

Avoir une vision globale des pratiques de e-marketing et de la façon dont elles se complètent.

CONTENU DÉTAILLÉ

Publicité en ligne et mobile

Référencement naturel et payant

Emailing et géo-marketing

Affiliation et influenceurs

Analyse d'audience et de performances

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentation interactive et illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des quizz et des jeux sur chacun des différents thèmes.
Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Professionnels de la communication qui débutent dans le digital (chefs de projets, commerciaux, managers) souhaitant acquérir des connaissances web-marketing.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10



Intervenant : Christophe DANÉ, expert digital et publicité, CEO de Digital Markers

CHANNEL PLANNING

CONSTRUISEZ DES ÉCOSYSTÈMES QUI VOUS METTENT SUR ORBITE

CONSTAT

Hier, on parlait de stratégie media aujourd'hui, les stratégies sont dynamiques et interactives : nous construisons des écosystèmes. La construction d'écosystèmes est une discipline à part entière que l'on nomme communication planning, ou channel planning.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Décrypter les composantes d'un écosystème.

Construire des écosystèmes media grâce à l'outil Media Canvas.

Piloter le système mis en place.

CONTENU DÉTAILLÉ

Décryptage du paysage media

Construire un écosystème grâce à l'outil Media Canvas

Étapes de construction d'un communication planning

Représentation d'un écosystème

Définition des indicateurs de performance

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation s'appuie sur la mise en œuvre en réel d'un écosystème media. Animation d'un jeu autour de la création d'un écosystème.

ORGANISATION

Public : Professionnels (commerciaux, planneurs stratégiques, chefs de projet) dont le métier nécessite la mise en articulation de stratégies médias.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 8



Intervenant : Yves SIMÉON,
directeur général Reload

MÉDIAS SOCIAUX

MAITRISEZ LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR GÉNÉRER DU BUSINESS

CONSTAT

En à peine 10 ans, les médias sociaux se sont imposés comme les nouveaux rois du web, bouleversant les habitudes des internautes dans leur façon de s'informer, de se divertir, de consommer... mais également les pratiques publicitaires. Longtemps considérés comme des médias tactiques, les médias sociaux doivent désormais s'intégrer dans des stratégies long terme.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Acquérir une vision exhaustive des différents médias sociaux ainsi que des usages des internautes.

Comprendre les différentes façons dont les annonceurs les exploitent.

Découvrir les solutions publicitaires proposées par les grandes plateformes sociales.

Prendre en main une méthode simple pour définir une stratégie de présence viable.

CONTENU DÉTAILLÉ

Statistiques et usages

Usages pour les annonceurs

Genèse et enjeux des objets connectés

Mode d'emploi d'un écosystème mobile

Mise en place d'une feuille de route

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des sessions de prise en main des outils publicitaires ainsi que des cas pratiques sur la définition d'une stratégie de médias sociaux. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Chefs de projet, commerciaux, planneurs stratégiques, créatifs, souhaitant maîtriser les médias sociaux. Formation accessible à tous.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10

Intervenant : Expert médias sociaux

MOBILE

MAÎTRISEZ LE MOBILE, TÉLÉCOMMANDE DE VOTRE MARKETING

CONSTAT

Les terminaux mobiles révolutionnent notre quotidien. Ils ont irrémédiablement bouleversé les usages, les attentes et le comportement des consommateurs.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Acquérir une vision d'ensemble sur la mobilité et les spécificités des écosystèmes mobiles.

Étudier les utilisations possibles par les marques et mieux appréhender les enjeux des annonceurs.

Comprendre l'impact des objets connectés et leur valeur ajoutée.

Mieux appréhender la façon de définir un écosystème et une feuille de route mobile.

CONTENU DÉTAILLÉ

Statistiques et usages

Usages pour les annonceurs

Genèse et enjeux des objets connectés

Définition d'un écosystème mobile

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des cas pratiques. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : tout professionnel dont le métier nécessite d'apprendre à intégrer le mobile dans ses stratégies.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10

Intervenant : Digital Media Expert

CRÉATION DIGITALE

PASSEZ DE CRÉATIF À CRÉATIF 360°

CONSTAT

Tous les ans, les anciens et les modernes s'affrontent à Cannes. Qu'est-ce qui est le plus important ? La data ? L'idée ? La technologie ? Au-delà de ces débats, le digital nous force à faire évoluer notre manière de penser et d'organiser la conception créative.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre les conditions du changement.

Comprendre les règles des nouveaux modèles de narration publicitaire : comment faire vivre une «Big Idea» dans un dispositif 360° ?

Apprendre à intégrer les nouvelles technologies, le social.

Solutions alternatives de contenus : native advertising, rich media...

CONTENU DÉTAILLÉ

Décryptage des nouveaux écosystèmes créatifs

Présentation des différents modèles de narration : transmedia, cross-media...

Les nouveaux modes de conception évolutifs, adaptatifs et nouveaux modes d'écriture

Mode d'emploi d'un écosystème créatif : optimiser la collaboration avec les experts de l'agence (channel planners, social, data analysts...)

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par un atelier de création d'un écosystème créatif. Vidéo-projection.

Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Tout responsable de création souhaitant faire évoluer ses pratiques et ses équipes.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10



Intervenants : Yves SIMÉON et Christophe MARTIN, directeur de création freelance chez Jesus & Gabriel, Publicis Communications, Dagobert

INTRODUCTION À LA DATA

ET SI LA DATA DEVENAIT VOTRE DADA ?

CONSTAT

La data est en train de transformer l'ensemble de la chaîne de production de la communication. Elle est une composante essentielle de la connaissance client, et la matière première des campagnes et tactiques marketing.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Prendre conscience de l'importance du phénomène de la data.

Comprendre les concepts clés et acquérir les premiers réflexes pour construire des réponses stratégiques.

Mieux appréhender les différents domaines d'application de la data au quotidien.

CONTENU DÉTAILLÉ

Data et marketing: Marketing automation

Data et création: DCO, Data Driven Creativity

Data et achat d'espace: Programmatique

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des cas pratiques. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Formation accessible à tous ceux qui souhaitent acquérir les bases des connaissances du monde de la data. La data est une discipline qui impacte tous les secteurs et métiers.

Durée: 1/2 journée

Nombre de participants: 12



Intervenant: Yves SIMÉON,
directeur général Reload

STRATÉGIE DATA

VALORISEZ VOS DATAS DANS UN PROJET MARKETING

CONSTAT

Le fonctionnement de la chaîne de production de la Data est complexe: DMP, Programmatique... Les intervenants sont nombreux. Il nous semble important de remettre à plat votre stratégie Data.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre les nouveaux écosystèmes publicitaires et de la data.

Évaluer son actif data.

Mieux définir et optimiser sa stratégie digitale display avec le RTB.

CONTENU DÉTAILLÉ

Enjeux et histoire du Big Data

Data Marketing: sources, outils de collecte et algorithmes d'exploitation

Définition de la stratégie data: usages, chaîne de valeur, cas pratiques

Application: mise en place d'une stratégie data

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est animée par des cas pratiques. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session. Un atelier de construction de la stratégie est organisé l'après-midi.

ORGANISATION

Public: Formation destinée aux professionnels du marketing, de la communication, ayant une base de connaissance de la data et concerné par la mise en place de stratégies data et programmatique.

Durée: 1 journée

Nombre de participants: 10



Intervenant: Frédéric GRELIER,
chief Data Officer chez Weborama

ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

DEVENEZ LE CHORÉGRAPHE DE VOTRE STRATÉGIE DE CONTENU

CONSTAT

L'évolution du paysage média et l'apparition de nouvelles structures numériques requièrent de nouvelles logiques d'architecture de l'information. La pratique de l'architecture de l'information est indispensable pour structurer, hiérarchiser, catégoriser les multiples contenus d'une interface. Cette formation est fondamentale pour designer des interfaces, que vous soyez un annonceur (réaliser un brief) ou un créatif (produire une interface).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Acquérir les méthodes de structuration de contenu.

Décoder les structures d'information des différentes interfaces.

Maîtriser les méthodes et outils de l'architecture de l'information.

CONTENU DÉTAILLÉ

Les piliers de l'architecture de l'information: contenus, contexte, utilisateurs.

Les étapes de conception d'une interface

Les systèmes de classification de l'information: modèles conceptuels, schémas d'organisation, etc.

Méthodes et outils de l'architecture de l'information

Principes de l'intégration du transcanal

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par la méthode du tri par cartes (méthode d'organisation des contenus). Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Formation accessible à tous

Durée: 1 journée

Nombre de participants: 10



Intervenant: Erminio PORCIU, designer d'expérience, directeur artistique Web & Responsable pédagogique de l'IESA Multimédia

CRÉATION & DESIGN D'INTERFACES

SOYEZ CRÉATEUR D'EXPÉRIENCES NUMÉRIQUES

CONSTAT

La création d'un site web, ou de toute autre interface, repose sur des besoins et des attentes utilisateur. Les interfaces se multiplient dans divers secteurs: montres, automobile, domotique... Concevoir une interface en créant une expérience utilisateur optimale conditionne la satisfaction et la confiance envers la marque.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Définir les attentes et les besoins utilisateurs en fonction du projet.

Apprendre à concevoir des interfaces ergonomiques.

Optimiser au mieux l'expérience utilisateur en fonction des différents contextes.

Apprendre à maîtriser le logiciel Sketch.

CONTENU DÉTAILLÉ

Fondamentaux ergonomiques des interfaces: utilisateurs, contenus, contexte.

Responsive design et chorégraphie de contenu

Wireframe et prototype

Organisation de l'interaction: systèmes de navigation, de recherches, etc.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est scindée en deux parties: partie théorique le matin et prise en main du logiciel Sketch l'après-midi. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Junior ou senior dans le domaine de la création.

Durée: 1 journée

Il est conseillé d'avoir suivi la formation «Architecture de l'information» avant de suivre cette formation. Vous pouvez également compléter cette formation avec le «Design d'interfaces pour mobile».

Nombre de participants: 8



Intervenant: Erminio PORCIU, designer d'expérience, directeur artistique Web & Responsable pédagogique de l'IESA Multimédia

CRÉATION & DESIGN POUR MOBILE

DÉCOUVREZ LES SECRETS DES INTERFACES MOBILES

CONSTAT

Le mobile est le premier device de consultation d'un site internet. Les marques vont être de plus en plus présentes sur ce média et les interfaces mobiles sont structurellement différentes du web dans leur mode de consommation et de consultation.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Être en mesure de travailler sur un projet graphique responsive ou mobile.

Aborder la conception de l'interface responsive.

Comprendre et s'approprier les enjeux de l'identité graphique des interfaces.

Apprendre à maîtriser le logiciel Sketch.

CONTENU DÉTAILLÉ

Contexte d'utilisation des smartphones et tablettes

Stratégie de conception pour les interfaces mobiles

Ergonomie tactile et mobile (écrans, gestes)

Construction la navigation mobile

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est scindée en deux parties: partie théorique le matin et prise en main du logiciel Sketch l'après-midi. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: junior ou senior dans le domaine de la création, souhaitant apprendre à designer des interfaces mobiles.

Durée: 1 journée

Il est conseillé d'avoir suivi les formations «Architecture de l'information» et «Design d'interfaces» avant de suivre cette formation.

Nombre de participants: 8



Intervenant: Erminio PORCIU, designer d'expérience, directeur artistique Web & Responsable pédagogique de l'IESA Multimédia

DATA & VIE PRIVÉE

LE RESPECT DE L'INTERNAUTE: DEVEZ-EN « CNIL/RGPD COMPLIANT »

CONSTAT

En 5 ans, les techniques d'achat programmatique ont connu une progression spectaculaire. Elles représentent déjà plus de la moitié des budgets. Ce succès repose sur l'exploitation de données personnelles à des fins de ciblage publicitaire. Les choses vont changer avec la prochaine entrée en vigueur de la GDPR, un ensemble de règles fixées par l'Union européenne pour protéger ses citoyens et réglementer la publicité automatisée.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre le cadre juridique du Big Data.

Appréhender la gestion et la protection des données personnelles dans une stratégie data.

Intégrer les enjeux du nouveau cadre législatif.

CONTENU DÉTAILLÉ

État de l'art sur la loi en vigueur

Critères de la loi applicable

Projets de règlement européen sur les données

Information, consentement: les grands enjeux de la data (données & géolocalisation, décloisonnement...)

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et animée par des cas pratiques. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Tout communicant doit d'urgence s'informer sur les nouvelles lois en vigueur afin de changer ses pratiques.

Durée: 1/2 journée

Nombre de participants: 10

Intervenant: Avocat expert du droit des données personnelles

COMMERCE CONNECTÉ

VIVEZ L'EXPÉRIENCE COMMERCE MULTICANAL

CONSTAT

Le commerce en ligne connaît une croissance ininterrompue depuis 20 ans. Alors que le nombre de boutiques en ligne en France approche la barre symbolique des 200.000, les smartphones sont en train de redéfinir les parcours d'achat et le rôle des points de vente physiques.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Avoir une vision précise du commerce en ligne et des dernières pratiques.

Comprendre le rôle du smartphone dans le parcours d'achat et les enjeux du multicanal.

Découvrir les dernières innovations en matière de magasins connectés.

Mieux appréhender le rôle central de la data dans l'optimisation des dispositifs marchands et pratiques marketing.

CONTENU DÉTAILLÉ

Genèse, statistiques et usages

Les différentes variantes de commerce en ligne (social commerce, mobile commerce...)

L'impact des smartphones sur les parcours client

Évolutions récentes et dernières pratiques

Domaines d'application de la data pour le commerce en ligne et physique

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples et animée par un atelier pratique de reconstruction d'un parcours multicanal. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Formation accessible à tous. Les enjeux du commerce en ligne et des magasins connectés concernent tous les secteurs et métiers.

Durée: 1/2 journée

Nombre de participants: 10

Intervenant : Expert e-commerce et social commerce

INNOVATIONS NUMÉRIQUES

ÉVALUEZ LE POTENTIEL DISRUPTIF DES INNOVATIONS

CONSTAT

Avec les nombreuses avancées technologiques, le rythme d'innovation s'accélère. Les consommateurs sont très demandeurs, à savoir qu'une personne sur deux se dit très intéressée par l'innovation*. L'achat d'une innovation par les consommateurs est d'abord pragmatique, il est urgent pour les annonceurs de remettre le consommateur au centre de leur process de développement.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre le rôle de l'innovation dans l'évolution des attentes et comportement des consommateurs.

Bien appréhender le potentiel des innovations récentes.

Apprendre à déployer une stratégie d'intégration de l'innovation.

CONTENU DÉTAILLÉ

La révolution des interfaces et les nouveaux paradigmes (textuelles, vocales, visuelles)

Méthodologie et principes de la mise en place d'une feuille de route innovation:

- identifier les attentes consommateurs
- évaluation du potentiel disruptif
- planification et mesure

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Formation pratique: nous construirons avec le stagiaire les différentes étapes de formation en partant de ses problématiques réelles. Vidéo-projection, paperboards et post-it. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public: Tout professionnel (CODIR, managers, directeurs marketing/commercial) dont le métier peut nécessiter l'intégration de l'innovation dans sa stratégie.

Durée: 1/2 journée

Nombre de participants: 10

Intervenant : Creative Technologist

* Étude ILIGO & RELOAD, Innology - Le baromètre de l'innovation, juin 2017

PUBLICITÉ EN LIGNE

AU CŒUR DES NOUVELLES TENDANCES DE LA PUBLICITÉ EN LIGNE

CONSTAT

En à peine 5 ans, les acteurs, techniques et pratiques de publicité en ligne ont été bouleversés par l'avènement des médias sociaux, des terminaux mobiles et de la data.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Assimiler les nouvelles pratiques publicitaires liées à la vidéo et aux terminaux mobiles.

Comprendre l'intérêt et les limites du programmatic buying, ainsi que le fonctionnement du RTB ou du retargeting.

Appréhender le potentiel de la publicité native.

Intégrer l'intérêt de la data dans une optique de ciblage, segmentation et mesure.

CONTENU DÉTAILLÉ

Le marché de la publicité en ligne : statistiques et grands acteurs

Les nouveaux formats de publicités natives

L'impact des terminaux mobiles sur les pratiques publicitaires

L'achat programmatique : domaines d'application dans les nouvelles pratiques publicitaires

Principes et méthodologie d'une stratégie display

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est illustrée par de nombreux exemples publicitaires innovants (les 10 meilleures publicités & usages). Vidéo-projection.

Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Formation accessible à tous. La publicité en ligne évolue très rapidement depuis 10 ans, renouveler régulièrement vos bonnes pratiques est primordial.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10



Intervenant : Mathieu FERRAGUT,
Performance Integrated Lead

RÉFÉRENCEMENT

PRENEZ LE CONTRÔLE DE VOTRE VISIBILITÉ SUR LE WEB

CONSTAT

91% des clics sur Google se font uniquement sur la première page du moteur de recherche. Le référencement sur internet étant de plus en plus compétitif, il est nécessaire de savoir se démarquer.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Maîtriser les techniques et les fondamentaux du référencement.

Connaître les différentes logiques du référencement (payant, naturel...) et s'approprier les outils.

Acquérir les réflexes SEO.

CONTENU DÉTAILLÉ

Définition et fonctionnement d'un moteur de recherche

Les principaux critères du SEO

Les principales évolutions de l'algorithme de Google

Guide des meilleurs pratiques SEO

Les stratégies de référencement de contenu

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est animée par un atelier pratique de prise en main des outils de référencement. Vidéo-projection. Support de cours remis en fin de session.

ORGANISATION

Public : Tout professionnel qui nécessite de travailler sur le référencement de son site web.

Durée : 1 journée

Nombre de participants : 10

Intervenant : Expert en stratégie SEO



PARCOURS DE FORMATION

27-38

L'INGÉNIERIE DES PARCOURS

NOTRE PHILOSOPHIE

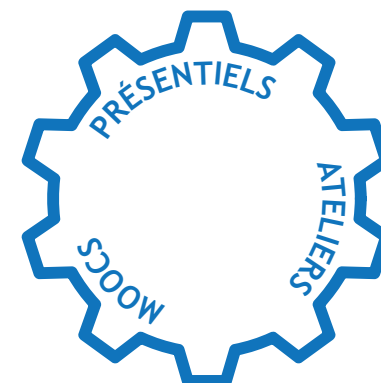
La transformation digitale impacte en profondeur les métiers, dans leurs pratiques comme dans les compétences requises. Notre offre de formation en format parcours permet aux individus de faire évoluer leurs pratiques et de s'adapter aux changements. Nous estimons qu'il est primordial d'aborder la formation sous un angle transversal pour que chaque individu se réalise dans son environnement professionnel.

NOTRE MÉTHODE

Nos formations sont conçues à partir du principe de « *blended learning* » : nous sommes convaincus que pour faire évoluer un individu, il est nécessaire de varier les modalités pédagogiques et de trouver un équilibre dans le mix de formation. Nos parcours sont fondamentalement construits autour de MOOCs, de présentiels et d'ateliers de mise en pratique.

Pour faire évoluer leurs pratiques, nous estimons que les individus ont besoin :

- d'une vision globale des transformations et de l'impact digital sur leurs métiers et secteurs.
- de connaissances sur les notions stratégiques liées au métier.
- de mise en pratique (ateliers) pour s'appropriier les notions, outils et bonnes pratiques.



PARCOURS TRANSFORMATION

ENGAGEZ VOTRE CO-DIR DANS UN PROCESSUS DE TRANSITION

CONSTAT

Transformer une entreprise demande de la part d'une équipe dirigeante un changement de point de vue. Un changement qui concerne à la fois l'économie de l'entreprise, le mode de management et le marketing des offres.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Appréhender les enjeux et les différentes facettes de la transformation digitale.

Acquérir un état d'esprit centré sur le client.

Utiliser de nouvelles méthodologies et de nouveaux outils pour générer de l'innovation.

ORGANISATION

Public : Formation dédiée aux managers, à l'ensemble d'un CODIR

Durée : 3 x 1/2 journée

Intervenants :
Yves SIMÉON
et Emmanuel RAILLARD

MODULE 1
Frédéric CAVAZZA

LA TRANSFORMATION DIGITALE ET SES DIFFÉRENTS ASPECTS

PRÉSENTIEL

Impact du digital : modèles économiques, organisations...

Les concepts structurants du digital : ubérisation, le concept de plateforme, les écosystèmes

ATELIERS

Conception du business canvas d'une start up concurrente.

MODULE 2
Emmanuel RAILLARD

TRANSFORMATION DES COMPORTEMENTS

PRÉSENTIEL

Le manager 3.0: un changement de posture nécessaire

Comment intégrer la culture du collaboratif dans les processus de décision

La créativité au centre du modèle managérial

ATELIERS

Simulation d'un nouveau comportement

Jeu réalité virtuelle

MODULE 3
Yves SIMÉON

TRANSFORMATION MARKETING PRÉSENTIEL

Maîtriser les outils du parcours client : carte d'empathie..

PRÉSENTIEL

Mettre le consommateur au centre

Construire une stratégie de marque et une stratégie d'investissement à l'ère du digital

ATELIERS

Production d'une vision de marque grâce à la méthode de la prospective (Design Fiction)

PARCOURS PRODUCTEUR DIGITAL

POUR QUE LE NUMÉRIQUE NE SOIT PLUS UN PROBLÈME

CONSTAT

Le métier de producteur en agence de communication ou de publicité a été fortement bouleversé par l'arrivée des nouvelles technologies. Les supports et formats se sont démultipliés et les compétences et notions nécessaires pour exercer ce métier se sont nettement complexifiées.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre la logique du web pour lever les freins.

Passer d'une logique de médias traditionnels à un logique globale incluant les médias digitaux.

Savoir mettre en place des productions sur les différents supports.

ORGANISATION

Public: producteurs, chefs de publicité, chefs de projets ...

Durée : 3 jours

Intervenant :
Yves SIMÉON

MODULE 1 CULTURE DIGITALE & PUBLICITÉ EN LIGNE

MOOC

Genèse de la publicité en ligne

Fonctionnement de la publicité en ligne : les différents acteurs, les différents types de publicités, les adservers...

PRÉSENTIEL

Display : les intervenants, les principaux formats, les dernières évolutions, les modèles de facturation, le tracking, les adblocks...

Publicité vidéo : les fondamentaux, les spécificités, les différents formats et acteurs

Publicité native : les grands acteurs, les formats, les limites...

La révolution de l'achat programmatique : RTB, re-targeting...

Les scénarios d'évolution de la publicité numérique : programmatic TV, parcours publicitaires intégrés...

MODULE 2 GESTION DE PROJET & AGILITÉ

MOOC

Gestion de projet : les fondamentaux, les méthodes, les rôles...

Anatomie d'un projet web : les grandes étapes et livrables

Agilité : philosophie, méthodes et outils

PRÉSENTIEL

Les outils de gestion de projet

« Best of » des techniques et outils et du desing thinking

Zoom sur l'amont : analyse des éléments entrants (qu'est-ce que je dois préparer ? qu'est-ce que je dois récupérer ? auprès de qui ? ...)

Mise en place du plan de production : le suivi, les scénarios d'animation (les masters animés)...

MODULE 3 MISE EN SITUATION RÉELLE

ATELIERS

Ateliers de mise en application des notions acquises : projet de site web, projet d'application mobile, campagne de lancement d'un nouveau produit...

PARCOURS MANAGER 360°

AJOUTER LE NUMÉRIQUE À VOS COMPÉTENCES

CONSTAT

La gestion du digital n'est pas seulement l'intégration de nouvelles contraintes, c'est aussi des logiques et des modes de pilotage différents. Gérer un budget intégrant le digital demande de nouveaux réflexes et savoir-faire.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Acquérir la culture digitale, comprendre les usages.

Construire des écosystèmes intégrant les différents canaux digitaux (web, social, mobile...).

Piloter des campagnes 360°.

ORGANISATION

Public: Profils commerciaux qui gèrent des clients en « media traditionnel » et qui souhaitent passer à de la gestion 360° intégrant le digital.

Durée : 3 jours

Intervenant:
Yves SIMÉON

MODULE 1 STRATÉGIE

MOOC

Décryptage du paysage media et de ses évolutions

Publicité en ligne: les différents acteurs, les différents types de publicités, les adservers...

Nouveaux modes de conception évolutifs, adaptatifs et modes d'écritures publicitaires

PRÉSENTIEL

Transformation digitale et stratégie de marque

Stratégie créative 360°: présentation des différents mode de narration (transmedia, etc.)

Channel Planning: mode d'emploi et représentation d'un écosystème

MODULE 2 GESTION ET SUIVI

MOOC

Anatomie d'un projet web: les grandes étapes et livrables, les spécificités des projets mobiles

Droit et digital

Agilité: philosophie, méthodes et outils

PRÉSENTIEL

Management d'équipe 360°

Outils de gestion de projet

Mise en place du plan de production: le suivi, les scénarios d'animation (les masters animés)...

Data & vie privée

MODULE 3 MISE EN SITUATION RÉELLE

ATELIERS

Écriture de la stratégie d'une campagne 360°: représentation de son écosystème, et outils de génération d'idées

PARCOURS CONSULTANT

ADOPTER UNE POSTURE CONSULTANT POUR VENDRE PLUS

CONSTAT

Les médias proposent des offres de plus en plus larges (multimédia, multi-formats). De plus les régies ambitionnent des opérations de brand content sur-mesure. Le métier de commercial se déplace progressivement vers le conseil.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Intégrer la posture consultant.

Acquérir les réflexes de la prise de brief.

Concevoir des recommandations stratégiques.

ORGANISATION

Public: Formation dédiée aux commerciaux de la régie qui souhaitent développer des approches stratégiques

Durée: 2 jours (4 x 1/2 journée)

Intervenant: Yves SIMÉON

MODULE 1 - 1/2 JOURNÉE L'ÉCOUTE CLIENT

MOOC

Les fondamentaux du consulting

PRÉSENTIEL

Atelier d'écoute: exercice d'écoute de vos partenaires pour faciliter le travail en équipe

Atelier prise de brief: jeu de rôles avec un annonceur

MODULE 2 - 1 JOURNÉE LE STORYTELLING

MOOC

Les grands principes du storytelling

PRÉSENTIEL

Atelier d'écriture d'histoires

Construction d'un canevas de présentation

Atelier de réécriture de recommandations à partir de vos projets

MODULE 3 - 1/2 JOURNÉE MY STORYTELLING

MOOC

Validation des acquis des formations à travers des jeux et quiz

PRÉSENTIEL

Validation des acquis: retours sur la mise en place de la méthode par les équipes

Identifier les spécificités de chaque marché pour modéliser une démarche caractéristique

PARCOURS SHARE&SOLVE EXPEDITION

CONSTAT

Le partage d'expérience est le levier le plus efficace pour transmettre un savoir-faire. À partir de la problématique de la marque, nous sélectionnons des entreprises qui ont trouvé des solutions opérationnelles qui sont prêtes à partager leur expérience et faire vivre la transformation qu'elles ont opérée.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Résoudre les problématiques d'innovation en partageant les connaissances.

Apprendre des erreurs de ses pairs pour faire progresser son entreprise.

Adopter une posture d'ouverture aux autres pour progresser.

CONTENU DÉTAILLÉ

Compréhension du contexte et des enjeux de l'entreprise

Immersion dans les entreprises (partage des pratiques, rencontres de managers, échanges de solutions...)

Atelier de Design thinking: à partir des insights récupérés dans la phase immersion, co-construction des solutions

ORGANISATION

Public: formation qui est dédiée à la fois aux opérationnels et aux managers

Durée: 2 journées



Intervenant: Emmanuel RAILLARD
Enseignant et consultant en design de services et design de management.



PASSEPORT NUMÉRIQUE

41-44

ASSURER LA MATURITÉ DIGITALE DE L'ENSEMBLE DES COLLABORATEURS

NOS CONVICTIONS

La transformation digitale peut créer des inégalités parfois importantes, puisqu'elle impacte l'ensemble de l'organisation de l'entreprise, et ce à tous les niveaux. L'enjeu pour les entreprises est de ne laisser personne de côté. Chaque collaborateur d'une entreprise doit assimiler les fondamentaux pour « parler couramment » le digital.

Notre volonté est de mettre en place une formation qui valorise les efforts fournis par les apprenants dans leur volonté de se perfectionner et de s'adapter aux changements qui s'opèrent dans l'entreprise. Le passeport numérique permet d'attester de l'obtention d'une maturité digitale en entreprise, à travers une certification inscrite à l'inventaire de la CNCP et à la LNI éditée par le COPANEF, éligible CPF.



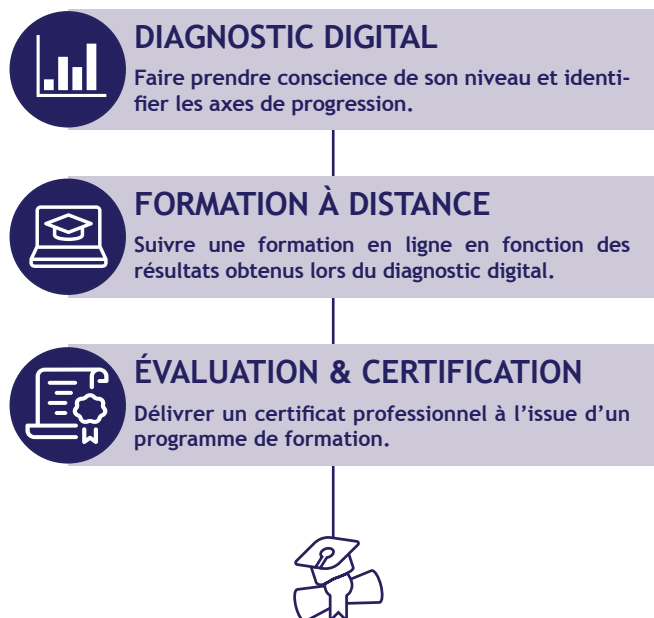
OBJECTIF TOUS DIPLÔMÉS

UNE FORMATION DIPLÔMANTE

NOS CONVICTIONS

Pour évaluer le niveau de l'apprenant avant de démarrer la formation, nous procédons à un diagnostic digital qui permet d'adapter le parcours au niveau des apprenants et d'assurer ainsi une progression par rapport aux acquis.

À la sortie, nous procédons à une évaluation qui permet d'accéder à un diplôme reconnu par l'Etat. Il est nécessaire d'atteindre un certain score pour être diplômé.



LE PROGRAMME DU MOOC

LE FORMAT

Le passeport numérique est une formation en ligne composée de 10 grands modules de formation. Un module de formation est composé de 6 à 10 sections de 10/15 minutes (soit un total de +/- 2 H). Il est segmenté par des activités régulières (quiz, QCM, listes à ordonner) ainsi que par des capsules vidéo de 1 à 4 min pour illustrer les exemples ou services présentés (ex : visite guidée de Google Analytics).

MARKETING WEB

Le web et les terminaux mobiles ont fait évoluer les pratiques du marketing web. Ce module vous permet de revisiter votre stratégie à travers les nouvelles pratiques.

CHANNEL PLANNING

Hier on parlait de stratégie média, aujourd'hui les stratégies sont dynamiques, interactives. Nous construisons des écosystèmes, discipline appelée channel planning.

CONTENUS

Le digital crée un accès permanent à l'information et multiplie les formats possibles. Une approche éditoriale spécifique est nécessaire à l'entreprise.

MOBILE

Les terminaux mobiles ont révolutionné notre quotidien et bouleversé les usages et le comportement des consommateurs. Adopter une posture mobile-first est primordial.

INNOVATIONS

Annonceurs, distributeurs et éditeurs de contenus et services en ligne doivent se mobiliser pour anticiper l'impact des prochaines ruptures technologiques.

COMMERCE CONNECTÉ

Le parcours d'achat est modifié suite à l'arrivée des smartphones, l'acte d'achat s'inscrivant avant, pendant et après la vente. Il impose une stratégie multi-canal.

COLLABORATIF

Le digital repense les modèles économiques et fait naître de nouvelles formes d'organisation du travail. Design thinking et agilité en sont deux composantes importantes.

EXPÉRIENCE CLIENT

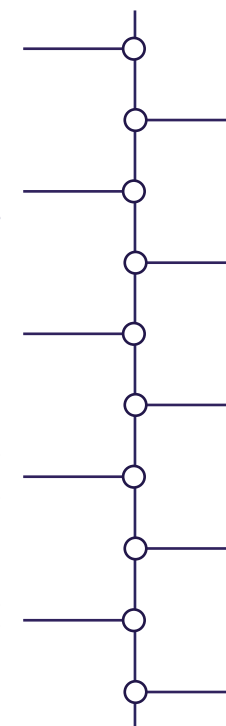
L'usage de produits et services digitaux se généralise. L'utilisateur exige désormais une expérience aboutie.

SOCIAL

Les médias sociaux se sont imposés comme les rois du web, bouleversant les pratiques publicitaires. Les médias sociaux doivent s'intégrer dans des stratégies long terme.

DATA

L'environnement digital fournit à l'entreprise une quantité massive de données qu'elle doit stocker, valider et exploiter pour créer de la valeur.



ÉVALUATION & CERTIFICATION

DiGiTT est le premier certificat digital professionnel de connaissances digitales inscrit à l'inventaire de la CNCP. Il est développé par Alternative Digitale.

- Référentiel unique de compétences
- Test de diagnostic et de certification
- Restitution individuelle et personnalisée (confidentielle)

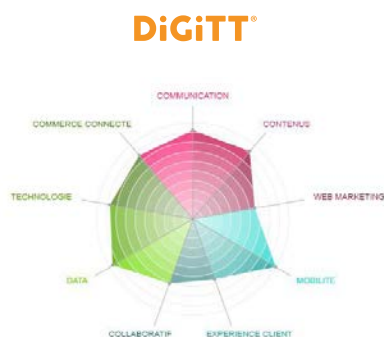
VOTRE BADGE

Un badge DiGiTT est immédiatement décerné. Une certification importante à partager et à inclure sur votre CV et votre profil LinkedIn.



VOTRE RADAR DIGITAL

Véritable outil de diagnostic, DiGiTT permet une restitution complète, pour accompagner l'individu dans son évolution. Disponible au sein de l'espace personnel du salarié, il lui propose des pistes de formation pour améliorer sa compréhension du numérique.



MY
UNIVERSITY

47-50

NOTRE AMBITION : RÉUSSIR VOTRE TRANSFORMATION

« AU-DELÀ DES MOYENS, CE QUI NOUS INTÉRESSE, C'EST LA TRANSFORMATION RÉELLE DES PRATIQUES. »

On le sait, la transformation digitale ne peut se faire à travers un simple séminaire. La formation au digital va au-delà de la simple appropriation de techniques. L'enjeu est d'acquérir une culture digitale : de nouveaux référents, de nouvelles pratiques...

Cette acquisition doit se faire à moyen terme à travers des programmes sur-mesure. Nous accompagnons votre transformation grâce à des aller-retours entre la théorie et la mise en oeuvre au quotidien. Nos programmes ne peuvent être standardisés car chaque entreprise dispose de ses propres problématiques, enjeux, métiers... Nous créons de nouvelles solutions pédagogiques pour répondre aux problématiques.

DE L'AUDIT À LA MISE EN ŒUVRE

Vous l'avez compris, la compréhension de votre problématique et le niveau de connaissance des apprenants sont les fondements de notre approche. L'adaptation de nos missions de formation s'appuie donc sur une méthode.

AUDIT

C'EST QUOI L'INSIGHT ?

Attentes des managers, liens entre vision et objectifs de formation

> Entretiens

Identification des besoins : évaluation des pratiques et du niveau des apprenants

> Test, audit des productions

STRATÉGIE

LE BON MIX PÉDAGOGIQUE

Définition des étapes d'acquisition de connaissances

Identification des leviers d'acquisition

Construction d'un mix :

- théorie/pratique
- présentiel/distanciel
- +/- ludique

MISE EN ŒUVRE

PILOTER LE DÉPLOIEMENT

Réglage du dispositif

Mise en place des tableaux de bord

Gestion du programme

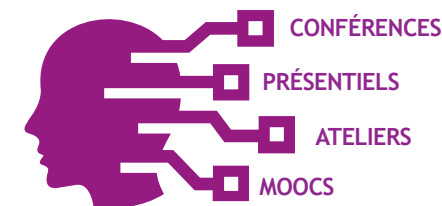
Suivi des acquis

ALGORITHMES D'APPRENTISSAGE

« LA MISE EN ŒUVRE DE NOS ALGORITHMES D'APPRENTISSAGE PERMET DE CHOISIR LES SOLUTIONS PÉDAGOGIQUES ADAPTÉES »

La mise en oeuvre de notre méthode nous permet de comprendre les freins, d'identifier les leviers, et de choisir les solutions pédagogiques adaptées afin de construire la stratégie de formation la plus efficace, tout en respectant le cadre budgétaire.

Notre ambition est de vous proposer de véritables algorithmes d'apprentissage. En réalité, la mise en place d'une séquence de formation pour un groupe d'apprenants est complexe. Cela peut nécessiter la mise en place de sessions individuelles, d'un concierge du numérique (présence semi-permanente d'un expert), la création de formats ludiques, etc.



BUDGET DES FORMATIONS

MASTERCLASS

TARIF INDIVIDUEL: 850 € HT

FORMATION INTRA-ENTREPRISE: 3 000 € HT
(En fonction du type de formation)

PARCOURS DE FORMATION

TARIF INDIVIDUEL (3 jours): 2 000 € HT

Prix est dégressif en fonction du nombre d'apprenants

PASSEPORT NUMÉRIQUE

TARIF : 600 € HT/INDIVIDU (FORMATION + DIPLÔME)

Prix est dégressif en fonction du nombre d'apprenants

PROGRAMME SUR-MESURE

Les programmes sur-mesure sont construits à partir de votre brief et de votre enveloppe budgétaire.

APPELEZ-NOUS POUR
CO-CONSTRUIRE UN BRIEF
DE FORMATION !

06 03 34 60 45

www.reload-consultants.com

yves.simeon@reload-consultants.com

