

## Programme de Formations 2017-2018

Hashtag Machine est une agence de conseil en communication de marque, d'influence et stratégie de communication 360°.

Les formations seront dispensées par Jean-Yves Antigny diplômé d'un master spécialisé en Marketing, Communication et Stratégies commerciales à l'INSEEC, Responsable de l'enseignement digital à l'INSEEC Business School, gérant de l'EURL Hashtag Machine et Consultant formateur dans les domaines de la communication de marque et la communication digitale.

### Public

Nos formations s'adressent aux entreprises qui souhaitent développer les compétences de leurs collaborateurs et pour répondre à des projets de communication, de marketing, de de community management ou d'animation de site internet.

### Profils types

Cadres et dirigeants de PME, Community managers, Webmasters, Responsables de communication, Responsables marketing, Administrateurs de sites web...

### Financement

Vous avez la possibilité de faire financer votre formation par votre OPCA (organisme paritaire collecteur agréé). Nous vous accompagnons dans vos démarches de demandes de prises en charges.

### Programmes

Nos formateurs peuvent adapter les programmes des formations à vos besoins et vos problématiques. Pour les formations en intra-entreprise vous travaillerez directement sur vos outils, logiciels, sites web et problématiques. L'objectif est de vous rendre autonome et efficace pour votre entreprise dès la fin du programme.

**Formations proposées :**

- L'impact du digital sur votre communication
- Les tendances de communication sur les médias sociaux
- Site web : réussir la rédaction de son cahier des charges

**Lieux :**

Les formations sont dispensées en présentiel sur le lieu de travail du stagiaire. La salle de réunion devra avoir la capacité d'accueillir maximum 10 personnes et devra disposer d'un vidéoprojecteur.

Nous attirons votre attention sur le fait que les locaux devront être accessibles aux personnes à mobilités réduites (PMR).

## L'impact du digital sur votre communication

Transformation digitale, digitalisation des points de vente, mobilité... Notre quotidien est désormais rythmé par le digital. La majeure partie des actions marketing et communication doivent y répondre. Il faut donc désormais être capable de comprendre les impacts du digital dans nos modes de vies et la société de consommation, prévoir les évolutions et mettre en œuvre les stratégies marketing / Communication adéquats.

### Publics visés :

A la fois pratique et théorique, cette formation s'adresse aux cadres et personnels qui ont pour mission de développer le marketing et/ou la communication de leur marque : directeur / responsable/ Chargé de communication, Directeur marketing, chef de produit et même dirigeant d'entreprises qui souhaitent mieux appréhender l'environnement dans lequel évolue leurs marques.

### Objectifs et compétences visées :

Cette formation à dominante théorique vise à vous donner les clés pour manager votre marque à l'ère du digital. Elle vous permettra :

- de mieux connaître les modes de consommations des medias
- de faire une mise à jour sur les nouvelles manières de communiquer
- d'appréhender le mobile comme 1<sup>er</sup> écran de communication.

**Prérequis :** une connaissance basique de la communication digitale.

**Moyens pédagogiques et techniques :** la formation alternera entre notions théoriques et mise en pratique des points clés.

**Modalités d'évaluation :** Un QCM sur les points clés de la journée sera administré en fin de journée.

**Durée :** 1 journée

**Type de formation :** intra entreprise

**Prix par participant :** 800 E HT

**Au Programme :**

**1. Evolution pratiques de digital**

- Evolution des pratiques du consommateur
- Les enjeux en 2016-2017

**2. La convergence de médias**

- Changement de modèle media : le modèle POE
- Focus sur la customer journée : du digital at home au digital in store
- Le brand content (exemples)
- Du cross media au transmedia storytelling

**3. Le mobile comme premier écran**

- Les chiffres clés du mobile
- La révolution sociétale
- Les domaines économiques concernés
- Exemples

**4. études de cas concrets**

## Les tendances de communication sur les médias sociaux

Entre évolution technique et évolution des usages : comment utiliser les médias sociaux pour toucher au plus près son consommateur ?

10 ans seulement depuis que Facebook est arrivé sur la toile. 10 ans dans le web, c'est presque un siècle. Entre Instagram, Twitter, Snapchat et les applications de live streaming, votre audience se dilue de plus en plus. Bienvenue dans l'ère des contenus liquides.

Cette formation vise à mettre à jour vos connaissances sur ces canaux de communication devenus indispensables. Une remise en question de vos manières de concevoir vos campagnes de communication possible. Une veille sur les nouveautés à coup sûr !

### Publics visés :

A la fois pratique et théorique cette formation s'adresse aux cadres et personnels qui ont pour mission de développer le marketing et/ou la communication de leur marque sur les médias sociaux : directeur / responsable/ Chargé de communication, Directeur marketing, chef de produit et même dirigeants d'entreprises qui souhaitent mieux appréhender les médias sociaux.

### Objectifs et compétences visées :

Cette formation à dominante théorique vise à vous donner les clés pour manager votre marque sur les réseaux sociaux. Elle vous permettra :

- de mieux connaître les plateformes social media
- de faire une mise à jour sur les fonctionnalités tendances
- de mettre en œuvre des opérations de communication

**Prérequis :** une connaissance basique des réseaux sociaux.

**Moyens pédagogiques et techniques :** la formation alternera entre notions théoriques et mise en pratique des points clés.

**Modalités d'évaluation :** Un QCM sur les points clés de la journée sera administré en fin de journée.

**Durée :** 1 journée

**Type de formation :** intra entreprise

**Prix par participant :** 800 E HT

**Au programme :**

**1. Tour d'horizon des nouvelles fonctionnalités des plateformes et exemples d'utilisation**

- Le live streaming
- La publicité sur les réseaux sociaux
- Le paid media et les bloggeurs au service du earned media

**2. Animer les réseaux sociaux : planification et mécaniques de jeu**

- Mettre en place un planning éditorial
- Les différentes technique d'animations : newsjacking, picture marketing, snacking content
- Les différentes mécaniques de jeu

**3. Exemples de grandes marques mais aussi de petites entreprises qui ont amélioré leur notoriété et leurs ventes grâce à eux.**

- Exemple 1 : cas de grande marque
- Exemple 2 : cas d'une marque locale
- Trucs et astuces pour communiquer efficacement et simplement.

## Site web : réussir la rédaction de son cahier des charges

Refondre ou créer une interface digitale répond à certaines règles non seulement techniques mais aussi d'expériences utilisateurs. Document d'expression de votre besoin, le cahier des charges doit permettre à votre prestataire de comprendre vos attentes et de les challenger en vous proposant l'interface qui saura allier innovation, habitudes de navigation et vos objectifs.

### Publics visés :

Cette formation s'adresse aux responsables digitaux, responsables et chargés de communication en charge de la mise en œuvre d'un site web, une application mobile ou une interface digitale.

### Objectifs et compétences visées :

Cette formation à dominante opérationnelle vise à vous donner les clés pour bien structurer votre projet. Elle vous permettra :

- de mieux connaître l'environnement digital d'évolution de votre marque
- d'acquérir les bases de la gestion de projet digital
- de manager et suivre votre projet

**Prérequis :** une connaissance basique du digital est préférable.

**Moyens pédagogiques et techniques :** la formation alternera entre notions théoriques et mise en pratique des points clés.

**Modalités d'évaluation :** Un QCM sur les points clés de la journée sera administré en fin de journée.

**Durée :** 1 journée

**Type de formation :** intra entreprise

**Prix par participant :** 800 E HT

**Programme :**

**1. Compréhension d'un projet digital**

- La relation agence / annonceur
- Les phases clés d'un projet
- Cas concret

**2. La phase de contexte**

- Les points clés et indispensables du cahier des charges
- L'importance des cibles : buyers personas

**3. La phase créative**

- Précis d'ergonomie
- Techniques de conception des interfaces web.
- Application pratique

**4. la phase technique**

- Comprendre le fonctionnement technique d'un site
- Les différents cms
- Cas concret : découverte de wordpress