

**DEVELOPPER LE RAYONNEMENT LOCAL DE SON ENTREPRISE**

Ref : COMM-LOC1-320

Page 1/2

**LES OBJECTIFS DE LA FORMATION**

- . Organiser le référencement local de son entreprise
- . Identifier tous les commentaires des consommateurs diffusés sur les plateformes d'avis
- . Mettre en place une veille régulière de son e-reputation
- . Lister les critères indispensables à la conception d'un mailing
- . Définir les objectifs et créer sa première campagne d'email
- . Créer un pitch pour les réseaux professionnels

**PUBLIC CONCERNÉ**

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié désirant développer leur audience et le rayonnement local de leur entreprise

**PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT**

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis particuliers. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.

**DUREE ET ORGANISATION**

La formation s'organise en 8 sessions pour une durée totale de 32 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

**ENCADREMENT**

La formation sera assurée sous le contrôle de COLOMAR Thibaut, diplômé d'un certificat professionnel auprès de la FFP et répondant à la norme de Qualité Qualiopi.

**SUIVI ET EVALUATION**

L'évaluation des acquis du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz, d'exercices pratiques ou de contrôle continu. A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi concernant la mise en pratique et les bénéfices des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation

**OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES**

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).

**DATES ET LIEU DE FORMATION :**

Communiqués sur la convention de formation



**Durée :** 32 heures



**Groupe :** de 1 à 8 personnes

**CONTACT**

**COLOMAR Thibaut**

weboffice.formation@gmail.com

06 27 71 72 43

**Service administratif**

contact@web-office-formation.com

**DEVELOPPER LE RAYONNEMENT LOCAL DE SON ENTREPRISE**

Ref : COMM-LOC1-320

Page 2/2

**CONTENU DE LA FORMATION****A FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION**

- Différencier les étapes d'un plan de communication
- Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée
- Lister les éléments fondamentaux d'une identité visuelle
- Choisir les outils indispensables à la création de son identité visuelle

**B REFERENCEMENT LOCAL ET E-REPUTATION**

- Définir le référencement et son vocabulaire spécifique
- Organiser le référencement local de son entreprise
- Identifier tous les commentaires des consommateurs diffusés sur les plateformes d'avis
- Mettre en place une veille régulière de son e-reputation

**C CONCEVOIR UN MAILING OU UNE NEWSLETTER**

- Lister les critères indispensables à la conception d'un mailing
- Créer et paramétrer un compte utilisateur sur sendinblue
- Définir les objectifs et créer sa première campagne d'email
- Optimiser et analyser la délivrabilité de sa campagne

**D LE PITCH COMMERCIAL POUR LES RESEAUX PROFESSIONNELS LOCAUX**

- Reconnaître l'intérêt d'un bon pitch
- Lister les acteurs locaux en réseaux professionnels
- Reconnaître les qualités d'un pitch réussi
- Définir et créer son pitch commercial