



Centre de formation Fabienne Sicard



8 rue du clos des noisetiers 64530
Pontacq



sicard.fabienne66@gmail.com



06 89 42 76 05

SIRET

53196953300052

NDA

75 64 04875 64

PROGRAMME de FORMATION

Mettre en œuvre les outils digitaux au quotidien dans son entreprise

V2 – Mise à jour – 072025

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

1. **Comprendre et structurer sa transition digitale** : Analyser l'impact du digital sur son activité, identifier ses besoins et objectifs, et découvrir les outils numériques adaptés.
2. **Optimiser l'organisation et la collaboration** : Maîtriser les outils collaboratifs et de productivité pour structurer son travail et automatiser certaines tâches.
3. **Développer une communication digitale efficace** : Créer une identité visuelle cohérente, produire des supports attractifs et utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir son activité.
4. **Améliorer sa visibilité et son marketing digital** : Mettre en place des stratégies de référencement (SEO), de contenu et de publicité pour attirer et convertir son audience.
5. **Exploiter les outils d'automatisation et d'email marketing** : Créer et gérer des campagnes d'emailing et automatiser les processus marketing.
6. **Mesurer et ajuster ses performances digitales** : Analyser les indicateurs clés (KPI), suivre l'efficacité des actions mises en place et optimiser sa stratégie digitale en continu.

CONTENU DE LA FORMATION :

Jour 1 : Introduction à la digitalisation de l'entreprise

- Comprendre l'impact du digital sur son activité
- Identifier les besoins et objectifs digitaux
- Panorama des outils numériques disponibles (collaboration, gestion, communication)
- Élaboration d'un diagnostic numérique personnalisé

Jour 2 : Structurer son travail avec des outils collaboratifs

- Introduction aux outils collaboratifs (Trello, Notion, Asana)
- Organisation des tâches et gestion de projet
- Paramétrage et personnalisation des outils pour son activité
- Atelier pratique : Création d'un tableau de gestion de projet

Jour 3 : Communication et identité visuelle digitale

- Importance de l'identité visuelle et cohérence graphique
- Création de supports visuels avec Canva (logos, bannières, publications)
- Élaboration d'une charte graphique
- Atelier pratique : Création d'un kit de communication pour son entreprise

Jour 4 : Pratiquer les réseaux sociaux pour son entreprise

- Présentation des réseaux sociaux clés : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube
- Définir une stratégie de contenu adaptée à son audience
- Planification des publications (calendrier éditorial)
- Atelier pratique : Rédaction et programmation de posts engageants

Jour 5 : Optimiser sa visibilité avec le marketing digital

- Introduction au référencement naturel (SEO)
- Création de contenu optimisé pour le web
- Stratégies pour augmenter le trafic et la conversion
- Atelier pratique : Optimisation de son profil ou site web

Jour 6 : Email marketing et automatisation

- Fondamentaux de l'email marketing (Mailchimp, ActiveCampaign)
- Création et gestion de listes d'abonnés
- Automatisation des campagnes d'emailing
- Atelier pratique : Mise en place d'un workflow automatisé

Jour 7 : Optimiser sa visibilité avec le marketing digital

- Introduction à la publicité digitale (Meta Ads, Google Ads, LinkedIn Ads)
- Définir un budget et cibler son audience
- Création et optimisation d'une campagne publicitaire
- Atelier pratique : Mise en place d'une campagne fictive

Jour 8 : Gagner du temps avec des outils numériques

- Gestion des emails professionnels et automatisation des tâches
- Partage et organisation des fichiers (Google Drive, Dropbox)
- Utilisation d'outils pour la productivité (Zapier, IFTTT)
- Atelier pratique : Optimisation de la gestion de son activité

Jour 9 : Analyse et suivi des performances digitales

- Définition des KPI (indicateurs de performance)
- Utilisation des outils d'analyse (Google Analytics, Facebook Insights)
- Ajustements et optimisation des stratégies digitales
- Atelier pratique : Analyse d'un cas réel et recommandations

Jour 10 : Mise en œuvre et projet final

- Synthèse des outils et stratégies abordés
- Élaboration d'un plan d'action personnalisé
- Présentation du projet individuel et feedback
- Clôture et perspectives



Moyens pédagogiques mis en oeuvre :

Supports pédagogiques :

- Documents écrits et présentations interactives.
- Guides pratiques pour les outils et techniques enseignés.

Outils techniques :

- Ordinateurs, smartphones, vidéoprojecteur et connexion internet.
- Logiciels et applications

Méthodes actives et participatives :

- Exercices pratiques
- Études de cas et ateliers
- Mises en situation réelles

Suivi personnalisé :

- Questionnaire préalable pour adapter la formation.
- Feedback individuel et supports post-formation pour une mise en pratique durable.



Dispositif de suivi et d'évaluation :

1. **À la fin de la formation** : il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours.
2. **Un questionnaire** fera l'objet d'une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés, ...).
3. **Le suivi post-formation** est effectué via un formulaire disponible en ligne.
4. **L'évaluation du stagiaire** se fait par l'intermédiaire d'exercices d'application.

L'équipe pédagogique

La formatrice

La formation est réalisée par Fabienne SICARD, professionnelle passionnée et formatrice depuis plus de 7 ans dans les domaines du digital marketing, des réseaux sociaux, de l'identité visuelle ou encore du développement de compétences professionnelles.

Public	Chef d'entreprise / indépendant /artisan souhaitant intégrer le digital dans leur activité.
Prérequis	Cette formation intègre les notions de bases dans la spécialité, il n'y a pas de pré-requis.
Modalité	présentiel ou. distanciel ou mixte
Effectif	Jusqu'à 6 participants
Lieu	A définir avec le client
Durée	10 jours
Tarif	● OPCO, FAF, France Travail, autofinancement ● Tarif : Sur demande (devis personnalisé)

