

2024

MARKETING & COMMUNICATION DIGITALE

CATALOGUE DE FORMATIONS

PAR JASON LAROCHE



#EDITO

Depuis toujours, la transmission fait partie de mes valeurs. J'ai toujours à cœur de partager mon expérience et mon expertise. Je mets cette qualité au service de ceux qui souhaitent gagner en autonomie et en compétence.

Jason Laroche

Définir sa présence digitale

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de distinguer les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Être capable de définir le ou les réseau(x) pertinent(s) sur le(s)quel(s) se déployer.
- Être capable d'identifier ses besoins en communication digitale.
- Être capable de distinguer les différents outils (site internet, landing page etc.)

CONTENU DE LA FORMATION

Connaissances théoriques

- Connaître les différents réseaux sociaux et de leur mode de fonctionnement.
- Comprendre le public et l'audience présents sur chaque réseau social.

Identification des besoins en communication

- Faire le lien entre ses besoins en communication et les outils à sa disposition.
- Apprendre à définir ses besoins en matière de communication pour adopter des stratégies adaptées.

Définition d'une stratégie

- Définir la stratégie la plus adaptée à sa problématique.

PUBLIC CONCERNÉ

- Chargé de communication
- Chargé de mission
- Tout collaborateur amené à s'exprimer sur ce réseau pour mettre en avant sa marque ou son secteur d'activité.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.

Concevoir son planning Social Media

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de distinguer les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Être capable d'élaborer et de structurer un planning Social Media.
- Être capable d'identifier ses besoins en communication digitale pour adopter une stratégie pertinente.
- Être capable d'intégrer du contenu publicitaire dans son planning Social Media.

CONTENU DE LA FORMATION

Connaissances théoriques

- Connaître les différents réseaux sociaux et de leur mode de fonctionnement.
- Connaître les différents contenus publicitaires existants.

Elaboration d'un planning éditorial

- Définir un rythme et une fréquence de publication optimaux par réseau social.
- Acquérir une liste d'outils pour définir des contenus adaptés à sa cible.

Mise en pratique et en perspective des connaissances acquises

- Mettre en pratique les connaissances acquises en réalisant un premier planning Social Media.
- Connaître les différents outils de programmation de contenus et publicités.

PUBLIC CONCERNÉ

- Chargé de communication
- Chargé de mission
- Tout collaborateur amené à s'exprimer sur ce réseau pour mettre en avant sa marque ou son secteur d'activité.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.

Engager et communiquer sur Instagram

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de s'adapter au fonctionnement du réseau Instagram afin d'optimiser et rendre attractif son compte Instagram.
- Être capable de définir une ligne éditoriale pertinente.
- Être capable de créer et publier du contenu Instagram.
- Être capable de maîtriser les outils d'analyse statistique afin d'évaluer la pertinence de sa stratégie.

CONTENU DE LA FORMATION

Analyse de vos pratiques

- Questionner ses idées reçues sur Instagram
- Interroger ses pratiques en matière d'objectifs, de cibles, de stratégies.
- Identifier ses attentes et ses problématiques.

Connaissances théoriques

- Connaître Instagram, son algorithme et son mode de fonctionnement.
- Comprendre le public et l'audience présents sur Instagram.

Mise en pratique et perspectives

- Découvrir des outils adaptés à Instagram.
- Créer des contenus pertinents.
- Apprendre à utiliser et analyser les outils statistiques.

PUBLIC CONCERNÉ

- Chargé de communication
- Chargé de mission
- Tout collaborateur amené à s'exprimer sur ce réseau pour mettre en avant sa marque ou son secteur d'activité.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.

Engager et communiquer sur Facebook

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de s'adapter au fonctionnement du réseau Facebook afin d'optimiser et rendre attractif son compte Facebook.
- Être capable de définir une ligne éditoriale pertinente.
- Être capable de créer et publier du contenu Facebook.
- Être capable de maîtriser les outils d'analyse statistique afin d'évaluer la pertinence de sa stratégie.

CONTENU DE LA FORMATION

Analyse de vos pratiques

- Questionner ses idées reçues sur Facebook
- Interroger ses pratiques en matière d'objectifs, de cibles, de stratégies.
- Identifier ses attentes et ses problématiques.

Connaissances théoriques

- Connaître Facebook, son algorithme et son mode de fonctionnement.
- Différencier les outils à sa disposition (page, compte, groupe etc.).
- Comprendre le public et l'audience présents sur Facebook.

Mise en pratique et perspectives

- Découvrir des outils adaptés à Facebook.
- Créer des contenus pertinents.
- Apprendre à utiliser et analyser les outils statistiques.

PUBLIC CONCERNÉ

- Chargé de communication
- Chargé de mission
- Tout collaborateur amené à s'exprimer sur ce réseau pour mettre en avant sa marque ou son secteur d'activité.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.

Engager et communiquer sur TikTok

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de s'adapter au fonctionnement du réseau TikTok afin d'optimiser et rendre attractif son compte TikTok.
- Être capable de définir une ligne éditoriale pertinente.
- Être capable de créer et publier du contenu TikTok en utilisant les outils inhérents à l'application.
- Être capable de maîtriser les outils d'analyse statistique afin d'évaluer la pertinence de sa stratégie.

CONTENU DE LA FORMATION

Analyse de vos pratiques

- Questionner ses idées reçues sur TikTok.
- Interroger ses pratiques en matière d'objectifs, de cibles, de stratégies.
- Identifier ses attentes et ses problématiques.

Connaissances théoriques

- Connaître TikTok, son algorithme et son mode de fonctionnement.
- Comprendre le public et l'audience présents sur TikTok.

Mise en pratique et perspectives

- Découvrir des outils adaptés à TikTok.
- Créer des contenus pertinents, visuels et divertissants.
- Apprendre à utiliser et analyser les outils statistiques.

PUBLIC CONCERNÉ

- Chargé de communication
- Chargé de mission
- Tout collaborateur amené à s'exprimer sur ce réseau pour mettre en avant sa marque ou son secteur d'activité.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.



Créer un podcast

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de suivre les étapes de conception et de réalisation d'un podcast.
- Être capable de produire un enregistrement de qualité.
- Être capable de réaliser un montage audio.
- Être capable de planifier la diffusion et trouver son audience.

CONTENU DE LA FORMATION

Connaissances théoriques

- Définir le podcast et ses genres.
- Se familiariser avec le format et son mode de fonctionnement.

Le podcast dans une stratégie de contenu

- Identifier ses besoins en communication digitale afin d'inclure le podcast dans sa stratégie.
- Définir les objectifs de son podcast.

Conception et diffusion

- Conceptualiser son podcast et en définir les principaux codes (identité, cible, message...).
- Apprendre à utiliser le matériel adapté pour enregistrer et monter son podcast.
- Utiliser les principales plateformes de diffusion.

PUBLIC CONCERNÉ

- Journaliste, professionnels de la documentation et de l'information, professionnels de la communication, du marketing ou des médias en charge de la production de contenus numériques.
- Toute personne souhaitant se lancer dans la réalisation de podcasts.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.

Filmer avec son Smartphone

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être capable de maîtriser la caméra de son smartphone en optimisant les fonctions et accessoires de prises de vue.
- Être capable de monter une vidéo sur son smartphone.
- Être capable de publier la vidéo sur le web et sur les réseaux sociaux.

CONTENU DE LA FORMATION

Notions fondamentales

- Choisir le bon format.
- Connaître les principes de la vidéo : valeurs de plan, composition d'image, éclairage, angles de prise.

Réalisation et montage

- Réaliser un tournage : prise de vues, réglages de la lumière sur le téléphone lors du tournage.
- Apprendre à faire un montage sur son smartphone.

Partage et publication

- Publier selon les codes des différents réseaux sociaux.
- Intégrer sa vidéo à ses différents supports de communication.

PUBLIC CONCERNÉ

- Responsable et chargé de communication/marketing, Community manager, journaliste d'entreprise.
- Toute personne ayant besoin de capter certains événements ou éléments comme outil de communication.

TARIF

Le tarif est défini en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation.
Une proposition vous est faite par devis.

* Le contenu est donné à titre indicatif et peut varier en fonction de vos besoins et du temps alloué à la formation. Les formations sont spécialement élaborées pour votre structure et vos collaborateurs. J'ajuste la session à votre problématique et à votre actualité. Nous décidons ensemble de la date, la durée, du lieu et du programme.



JASON LAROCHE

06 08 42 98 90

contact@jasonlaroche.com

