FORMATIONS

MAKEO

NOS FORMATIONS

Programme Animer les réseaux sociaux Facebook et Instagram pour débutant 3
Programme Animer les réseaux sociaux Facebook et Instagram niveau intermédiaire 6
Programme Apprendre à rédiger des contenus convaincants 9
Programme Apprendre la publicité en ligne Google pour débutant 11
Programme Apprendre la publicité en ligne pour débutant 13
Programme Créer des publicités Facebook ads et Instagram ads efficaces version entrepreneurs 15
Programme Créer des visuels attractifs pour vos réseaux Facebook et Instagram 17
Programme Créer et envoyer des campagnes SMS avec SMS Partner 19
Programme Créer et utiliser un tableau Looker performant pour sa publicité en ligne 21
Programme Créer sa stratégie de communication multicanale 23
Programme Créer son site e-commerce avec WordPress et WooCommerce 25
Programme Débuter avec Google Ads pour booster sa visibilité 28
Programme Développer sa communication sur LinkedIn 30
Programme Développer son personal branding 33
Programme Elaborer une charte éditoriale pour son entreprise 35
Programme Gérer ses réseaux sociaux Facebook et Instagram comme un professionnel 38
Programme Gérer son site e-commerce avec WordPress et WooCommerce 41
Programme Gérer son site vitrine avec WordPress 45
Programme Gérer son site e-commerce PrestaShop avec Créative Element 48
Programme Identifier ses personas 51
Programme Maîtriser le SEO de son site WordPress (avec Elementor) 53
Programme Utiliser Brevo 55
Programme Utiliser Canva Gratuit 58
Programme Utiliser Canva Gratuit et Pro 61

Programme Animer les réseaux sociaux Facebook et Instagram pour débutant

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Comprendre les fonctions de base de Facebook et Instagram.
- Créer ou optimiser un compte professionnel.
- Définir une ligne éditoriale simple.
- Créer et publier des contenus adaptés et attractifs.
- Réaliser une première planification de publications.
- Gérer les interactions de base avec sa communauté.
- Lire les statistiques principales pour évaluer l'impact de ses publications.

Public visé

- Entrepreneurs, indépendants, salariés, responsables d'association, débutants en communication numérique souhaitant utiliser Facebook et Instagram pour promouvoir leur activité.

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur et un smartphone
- Avoir un compte personnel Facebook et Instagram (créé ou prêt à créer).
- Aucun prérequis en communication ou marketing.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 25 heures / 3,5 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

JOUR 1 :

Séance 1 : Comprendre les bases de Facebook et Instagram

- **Présentation des réseaux sociaux et de leurs usages professionnels.**
- **Différences et complémentarités Facebook / Instagram.**
- **Types de contenus (posts, stories, reels…).**
- **Explication des profils personnels, pages, comptes pro.**

- **Travaux pratiques :**
  - Création ou passage en compte professionnel.
  - Paramétrage de base (photo, bio, coordonnées).
  - Audit express de son propre compte ou création d'un nouveau.

JOUR 2 :

Séance 2 : Construire une stratégie simple et créer ses premiers contenus

- **Qu'est-ce qu'une ligne éditoriale ?**
- **L'importance du visuel et de la régularité.**
- **Exemples de posts réussis.**
- **Introduction à Canva.**

- **Travaux pratiques :**
  - Définir 2 à 3 thématiques éditoriales.
  - Rédiger 2 publications.
  - Créer 2 visuels simples avec Canva.

JOUR 3 :

Séance 3 : Gérer ses publications et sa communauté

- **Comment programmer une publication avec Meta Business Suite.**
- **Les réactions, commentaires, messages : bonnes pratiques.**
- **Répondre aux avis positifs et négatifs.**
- **Utilisation simple des hashtags.**

- **Travaux pratiques :**
  - Programmer 3 publications sur Facebook ou Instagram.
  - Scénarios d'interaction (répondre à un commentaire ou un message).
  - Identifier et ajouter 5 à 10 hashtags pertinents.

Séance 4 : Lire ses résultats et s'améliorer

- **Lire les statistiques de base : portée, engagement, clics.**
- **Identifier ce qui fonctionne pour ajuster ses prochaines publications.**

- **Travaux pratiques :**
  - Analyser la performance de 1 ou 2 publications.
  - Faire un plan simple d'amélioration sur 1 mois.
  - Tour de table et retours du formateur.

Programme Animer les réseaux sociaux Facebook et Instagram niveau intermédiaire

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Analyser de manière critique leurs publications passées.
- Créer un plan de contenu créatif adapté à leurs objectifs et à leur audience.
- Maîtriser les formats avancés (reels, carrousels, stories animées...).
- Utiliser les outils de programmation et d'analyse de manière experte.
- Stimuler l'engagement avec leur communauté via des techniques avancées.
- Réagir de façon professionnelle à toute situation (avis négatifs, crise, etc.).
- Construire une stratégie éditoriale cohérente sur 1 à 3 mois

Public visé

- Professionnels ayant déjà une présence active sur Facebook et/ou Instagram :
- Entrepreneurs, indépendants, communicants, Community managers débutants.
- Personnes ayant suivi une initiation ou déjà publié régulièrement.

Prérequis

- Avoir un compte Facebook & Instagram pro déjà actif avec des publications.
- Savoir créer une publication et un visuel simple.
- Être à l'aise avec l'interface de Meta Business Suite.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 28 heures / 4 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous contacter

Tarif de la formation

- Nous contacter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

JOUR 1 :

Séance 1 : Analyser, diagnostiquer et repositionner sa communication

- **Rappel ciblé des fondamentaux : objectifs, persona, cohérence éditoriale.**
- **Diagnostiquer ses réseaux sociaux : grille d'analyse qualitative et quantitative.**
- **Explorer les bonnes pratiques du secteur (benchmark).**
- **Identifier ses axes d'amélioration et poser des priorités.**

- **Travaux pratiques :**
  - Audit complet de ses comptes (visuels, ton, fréquence, formats, interactions).
  - Benchmark de 3 concurrents/inspirations.
  - Formulation d'un objectif éditorial + indicateurs de suivi.

JOUR 2 :

Séance 2 : Construire et planifier un plan de contenu stratégique

- **Structurer un calendrier éditorial à 1 ou 3 mois.**
- **Concevoir des contenus différenciants selon les formats (reels, carrousel, post, story).**
- **Construire un storytelling de marque.**
- **Définir des piliers éditoriaux et des routines de publication.**

- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un plan éditorial sur 1 mois avec 4 formats différents.
  - Rédaction de 3 publications (1 post texte, 1 carrousel, 1 story animée).
  - Création d'un template personnalisé sur Canva.

JOUR 3 :

Séance 3 : Booster l'engagement et gérer les interactions

- **Comprendre l'algorithme (2025) et ses leviers d'engagement.**
- **Créer des publications conversationnelles : questions, CTA, quizz, stickers.**
- **Répondre aux commentaires/messages en maîtrisant les codes relationnels.**
- **Gérer les situations sensibles : modération, crise, trolls.**

- **Travaux pratiques :**

  - Création de 5 publications avec angle interactif.
  - Simulation de réponse à des cas types (avis client négatif, message critique, spam…).
  - Élaboration de 2 scénarios d'animation hebdomadaire.

JOUR 4 :

Séance 4 : Mesurer, optimiser, professionnaliser sa démarche

- **Lire et interpréter les statistiques avancées (engagement, clics, portée, watch time).**
- **Mettre en place un tableau de bord simple pour suivre les résultats.**
- **Ajuster sa ligne éditoriale en fonction des résultats réels.**
- **Réutiliser les contenus performants, recycler de façon créative.**

- **Travaux pratiques :**

  - Analyse d'un mois de statistiques avec bilan et recommandations.
  - Ajustement du plan de contenu en fonction des performances.
  - Préparation d'un mini-reporting mensuel avec synthèse et axe d'optimisation.

Programme Apprendre à rédiger des contenus convaincants

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Comprendre les fondamentaux du copywriting
- Rédiger des contenus clairs, percutants et adaptés au web
- Appliquer les techniques d'écriture persuasive pour captiver et convertir
- Structurer et adapter son contenu aux différents supports digitaux
- Optimiser ses textes pour la lisibilité et le référencement naturel

Public visé

- Entrepreneurs
- Responsables communication
- Chargés de marketing
- Créateurs de contenus, indépendants

Prérequis

- Savoir utiliser un traitement de texte (Word, Google Docs, etc.)
- Avoir des notions de communication de base

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 21 heures / 3 jours ou 6 demi-journées

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous contacter

Tarif de la formation

- Nous contacter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Introduction au copywriting et aux spécialités du web

- **Définition et origine du copywriting**
- **Différences entre rédaction classique et web**
- **L'attention des internautes : règle des 3 secondes**

- **Travaux pratiques :**
  - Analyse comparative de textes web (bonnes et mauvaises pratiques)

Séance 2 : Les fondamentaux d'un bon contenu web

- **Définir sa cible : persona, pain points, intention de recherche**
- **Formuler une promesse claire et différenciante**
- **Les piliers du style web : clarté, concision, impact**

- **Travaux pratiques :**
  - Réécriture d'introductions peu efficaces pour les rendre percutantes

Jour 2 :

Séance 3 : Techniques d'écriture persuasive

- **Les grandes structures : AIDA, PAS, 4C**
- **Les mots qui déclenchent l'émotion ou l'action**
- **Les appels à l'action efficaces**

- **Travaux pratiques :**
  - Rédaction d'un post LinkedIn + fiche produit en mode copywriting

Jour 3 :

Séance 4 : Adapter son écriture aux différents supports

- **Différences de ton et de formats : page d'accueil, vente, blog, réseaux**
- **Ajuster sa rédaction en fonction de l'objectif et du lecteur**

- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un mini-plan éditorial (titres + accroches pour 3 supports)

Séance 5 : Optimiser ses contenus pour la lecture web

- **Structurer pour la lisibilité : titres, intertitres, bullet points**
- **Intégrer les bases SEO dans la rédaction**
- **Les erreurs fréquentes à éviter (jargon, longueurs, etc.)**

- **Travaux pratiques :**
  - Retravailler un contenu mal structuré pour le rendre lisible et SEO friendly.

Programme Apprendre la publicité en ligne Google pour débutant

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les bases de la publicité en ligne (mécanismes, plateformes, objectifs)
- Créer et paramétrer leur premier compte publicitaire Google Ads
- Rédiger une annonce pertinente, en choisissant des visuels et messages adaptés
- Cibler leur audience et maîtriser les paramètres de campagne
- Suivre les performances d'une campagne et ajuster les résultats
- Maîtriser les bonnes pratiques pour optimiser son budget publicitaire

Public visé

- Toute personne souhaitant apprendre à diffuser ses premières campagnes de publicité en ligne pour promouvoir ses produits/services

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur et Internet
- Disposer d'un compte Google (Gmail)
- Avoir un site web à promouvoir (fortement recommandé)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 heures / 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous contacter

Tarif de la formation

- Nous contacter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Introduction et fondamentaux de la publicité en ligne

- **Pourquoi faire de la publicité en ligne ?**
- **Présentation des plateformes : Google, Facebook, Instagram**
- **Objectifs publicitaires : notoriété, trafic, conversions**
- **Notions de budget, d'enchères, de ROAS**
- **Travaux pratiques :**
  - Tour d'horizon d'une campagne publicitaire réussie
  - Cas concrets : exemples de publicités pertinentes vs inefficaces
  - Création d'un compte Google Ads et Business Manager Meta

Séance 2 – Premiers pas avec Google Ads

- **Structure d'un compte Google Ads (campagne > groupe d'annonces > annonces)**
- **Choix des mots-clés, types de correspondance**
- **Notions de Quality Score et coût par clic**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'une campagne Google Search (texte)
  - Création d'une campagne Google Display (visuelle)
  - Analyse de campagnes existantes
  - Suivi des performances : clics, impressions, CTR

Jour 2 :

Séance 3 – Optimisation & pilotage de campagnes

- **Lecture et interprétation des données**
- **Optimisation : ajustements de budget, de ciblage, d'annonces**
- **Bonnes pratiques : fréquence, fatigue publicitaire, messages**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier : ajuster une campagne selon des données réelles
  - Mise en place d'un tableau de bord simplifié de suivi
  - Quiz final + plan d'action individuel

Programme Apprendre la publicité en ligne pour débutant

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les bases de la publicité en ligne (mécanismes, plateformes, objectifs)
- Créer et paramétrer leur premier compte publicitaire Google Ads et Meta Ads (Facebook + Instagram)
- Rédiger une annonce pertinente, en choisissant des visuels et messages adaptés
- Cibler leur audience et maîtriser les paramètres de campagne
- Suivre les performances d'une campagne et ajuster les résultats
- Maîtriser les bonnes pratiques pour optimiser son budget publicitaire

Public visé

- Toute personne souhaitant apprendre à diffuser ses premières campagnes de publicité en ligne pour promouvoir ses produits/services

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur et Internet
- Disposer d'un compte Google (Gmail) et d'un compte Facebook professionnel
- Avoir une page Facebook ou un site web à promouvoir (fortement recommandé)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

✓ Durée de la formation (heures & jours)

- 26 heures / 4 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Introduction et fondamentaux de la publicité en ligne

- **Pourquoi faire de la publicité en ligne ?**
- **Présentation des plateformes : Google, Facebook, Instagram**
- **Objectifs publicitaires : notoriété, trafic, conversions**
- **Notions de budget, d'enchères, de ROAS**
- **Travaux pratiques :**
  - Tour d'horizon d'une campagne publicitaire réussie
  - Cas concrets : exemples de publicités pertinentes vs inefficaces
  - Création d'un compte Google Ads et Business Manager Meta

Jour 2 :

Séance 2 : Premiers pas avec Google Ads

- **Structure d'un compte Google Ads (campagne > groupe d'annonces > annonces)**
- **Choix des mots-clés, types de correspondance**
- **Notions de Quality Score et coût par clic**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'une campagne Google Search (texte)
  - Création d'une campagne Google Display (visuelle)
  - Analyse de campagnes existantes
  - Suivi des performances : clics, impressions, CTR

Jour 3 :

Séance 3 : Premiers pas avec Facebook & Instagram Ads

- **Facebook Business Manager et Meta Ads Manager**
- **Objectifs de campagne (trafic, interactions, conversions…)**
- **Ciblage : centres d'intérêt, géo-localisation, lookalike**

- **Travaux pratiques :**
  - Création d'une première campagne : choix des visuels, messages, call-to-action
  - Création d'un pixel Meta et suivi des conversions
  - Test A/B (variation image ou texte)

Jour 4 :

Séance 4 : Optimisation & pilotage de campagnes

- **Lecture et interprétation des données**
- **Optimisation : ajustements de budget, de ciblage, d'annonces**
- **Bonnes pratiques : fréquence, fatigue publicitaire, messages**

- **Travaux pratiques :**
  - Atelier : ajuster une campagne selon des données réelles
  - Mise en place d'un tableau de bord simplifié de suivi
  - Quiz final + plan d'action individuel

Programme Créer des publicités Facebook ads et Instagram ads efficaces version entrepreneurs

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Créer une stratégie publicitaire cohérente alignée à ses objectifs business.
- Configurer, paramétrer et gérer un compte Business Meta propre et structuré.
- Définir des audiences pertinentes (intérêts, lookalike, retargeting).
- Créer des campagnes performantes selon les bonnes pratiques Meta Ads.
- Rédiger et concevoir des visuels et messages publicitaires adaptés.
- Analyser les résultats, ajuster, tester et optimiser ses campagnes.
- Mettre en place une stratégie test A/B, scaling et budget maîtrisé.

Public visé

- Entrepreneurs
- Freelances
- Artisans
- Commerçants indépendants
- Dirigeants de TPE souhaitant gérer leurs campagnes eux-mêmes

Prérequis

- Avoir déjà utilisé Business Manager ou tenté au moins une publicité (même ratée)
- Avoir un compte Meta Business Suite actif
- Avoir une page Facebook professionnelle + un compte Instagram professionnel
- Avoir une offre existante (produit/service)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 heures / 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 :

- **Bases stratégiques, objectifs, structures de campagne Meta Ads.**
- **Travaux pratiques :**
  - Théorie + atelier

Séance 2 :

- **Configuration Business Manager, Pixel Meta, évènements, conversions.**
- **Travaux pratiques :**
  - Démonstration + pratique guidée

Jour 2 :

Séance 3 :

- **Création audiences : froides, chaudes, Lookalike**
- **Travaux pratiques :**
  - Théorie + exercices ciblage réel

Séance 4 :

- **Création de publicités (copywriting, visuels, placements, formats)**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier concret

Jour 3 :

Séance 5 :

- **Test A/B, fréquence, optimisation, scaling**
- **Travaux pratiques :**
  - Cas pratiques réels

Séance 6 :

- **Analyse résultats + création d'une campagne complète**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier final + feedback individualisé

Programme Créer des visuels attractifs pour vos réseaux Facebook et Instagram

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les spécificités visuelles des réseaux Facebook et Instagram
- Maîtriser les principes de base du design graphique appliqué au digital
- Utiliser un outil graphique simple (Canva ou équivalent) pour créer des visuels professionnels
- Concevoir des visuels engageants et adaptés à leur audience
- Appliquer une charte graphique cohérente à leurs publications

Public visé

- Dirigeants de TPE
- Chargés de communication
- Community managers
- Commerçants
- Artisans
- Indépendants

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur et un navigateur web
- Avoir une page Facebook ou un compte Instagram professionnel
- Être à l'aise avec l'utilisation basique d'un outil numérique

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 Heures, 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Makeo – SAS au capital de 62 900 € - Siège : 50 Avenue de la Choletière 49300 CHOLET
Siret n° 805 268 679 000 34 – numéro de déclaration d'activité enregistré auprès de la préfecture des Pays de la Loire : 52 49 04 484 49 - Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Comprendre l'importance du visuel sur les réseaux

- **Algorithmes et formats visuels privilégiés, bonnes pratiques visuelles par plateforme**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse de posts visuels réussis et ratés

Séance 2 : Bases du design graphique appliqué au digital

- **Typographie, hiérarchie visuelle, couleurs, équilibre**
- **Travaux pratiques :**
  - Décryptage de visuels, quiz visuel, exemples concrets.

Séance 3 : Prise en main d'un outil de création (Canva ou équivalent)

- **Interface, fonctionnalités de base, modèles adaptés**
- **Travaux pratiques :**
  - Création guidée de visuels carrés et stories (publication, évènement, promo).

Jour 2 :

Séance 4 : Créer des visuels efficaces selon l'objectif

- **Distinguer les types de visuels (branding, promo, info, engagement)**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un carrousel ou d'une série cohérente pour Facebook ou Instagram

Séance 5 : Harmoniser ses visuels avec une charte graphique

- Cohérence graphique, déclinaisons, modèles
- Travaux pratiques :
  - Création d'un mini-kit de templates réutilisables

Séance 6 : Validation finale et bonnes pratiques

- **Checklist qualité (lisibilité, mobile first, logo, appel à l'action)**
- **Travaux pratiques :**
  - Présentation des visuels créés, corrections, plan d'amélioration

Programme Créer et envoyer des campagnes SMS avec SMS Partner

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Comprendre le fonctionnement et les atouts du canal SMS
- Prendre en main l'interface de SMS Partner
- Importer et gérer une base de contacts conforme au RGPD
- Rédiger un message SMS court, impactant et efficace
- Paramétrer, planifier et envoyer une campagne SMS
- Analyser les statistiques de performances de campagne

Public visé

- Responsables marketing,
- Chargés de communication
- Commerçants
- Indépendants
- Secrétaires
- Dirigeants de TPE/PME

Prérequis

- Savoir utiliser un navigateur web
- Avoir des bases en communication ou relation client
- Disposer d'une base de contacts ou avoir un projet de campagne SMS

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 heures / 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Pourquoi utiliser le SMS dans sa communication ?

- **Avantages du SMS, taux d'ouverture, usages en B2B/B2C, cadre légal (opt-in, mentions obligatoires).**
- **Travaux pratiques :**
  - Benchmark de campagnes réelles, débat sur les cas d'usage des participants

Séance 2 : Prendre en main l'interface SMS Partner

- **Présentation des fonctionnalités, rôles utilisateurs, crédits, sécurité**
- **Travaux pratiques :**
  - Création de compte, exploration des menus, tests de configuration

Séance 3 – Gérer et importer une base de contacts conforme RGPD

- **Structure d'un fichier (nom, téléphone, champs dynamiques), règles RGPD, opt-in et opt-out**
- **Travaux pratiques :**
  - Formatage et import d'un fichier Excel, segmentation manuelle, ajout de champs personnalisés

Jour 2 :

Séance 4 – Rédiger un SMS efficace et respectueux des contraintes

- **Structure d'un bon message, ton et call-to-action, contraintes de caractères, mentions légales**
- **Travaux pratiques :**
  - Rédaction de 3 SMS types (promotionnel, informatif, relance) avec retour du formateur

Séance 5 – Créer, planifier et envoyer une campagne SMS

- **Paramétrage complet d'une campagne (expéditeur, fuseau horaire, date, liste), prévisualisation**
- **Travaux pratiques :**
  - **Création et test d'une campagne réelle ou fictive (avec envoi test au formateur)**

Séance 6 – Analyser les résultats et tirer des conclusions

- **Taux de délivrabilité, taux de clics (si lien), taux de réponse, taux de désinscription**
- **Travaux pratiques :**
  - Lecture d'un tableau de statistiques, interprétation et plan d'amélioration

Programme Créer et utiliser un tableau Looker performant pour sa publicité en ligne

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les fondamentaux de Looker Studio (ex-Data Studio)
- Connecter des sources de données issues de plateformes publicitaires (Google Ads, Facebook Ads…)
- Construire un tableau de bord clair, lisible et automatisé
- Sélectionner les bons indicateurs de performance (KPI)
- Personnaliser les graphiques et les filtres pour faciliter l'analyse
- Interpréter les données pour orienter ses décisions marketing

Public visé

- Chargé(e)s de marketing
- Responsables
- Communication
- Indépendants
- Dirigeants de TPE/PME
- Community managers.

Prérequis

- Savoir utiliser un navigateur web et les outils Google
- Avoir une connaissance de base de la publicité en ligne (Google Ads, Meta Ads, etc.)
- Disposer idéalement d'un compte Google actif avec accès aux plateformes publicitaires utilisées

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 11 heures / 1,5 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Séance 1 : Introduction à Looker Studio et aux tableaux de bord

- **À quoi sert un tableau de bord ?**
- **Présentation de Looker Studio : interface, logique de fonctionnement**
- **Cas d'usage pour les campagnes publicitaires**
- **Travaux pratiques :**
  - **Création d'un compte Looker Studio**
  - **Découverte de l'interface et des blocs de construction**
  - **Réalisation d'un tableau simple avec données fictives**

Séance 2 : Connexion à des sources de données

- **Différences entre sources natives et connecteurs tiers**
- **Accès aux données : permissions, confidentialité, fréquence de mise à jour**
- **Travaux pratiques :**
  - **Connexion à Google Ads, Google Analytics, ou Meta Ads via Supermetrics ou autre connecteur**
  - **Vérification de la fiabilité des données et premières visualisations**

Séance 3 : Structurer un tableau pour la publicité

- **Choisir les bons indicateurs : impressions, clics, CTR, conversions, ROAS**
- **Bonnes pratiques de lisibilité : organisation, filtres, couleurs**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un tableau publicitaire avec 3 pages :
  - Page 1 : Vue d'ensemble multi-canal
  - Page 2 : Détail par plateforme (Google Ads ou Facebook Ads)
  - Page 3 : Analyse des conversions
  - Insertion de filtres dynamiques et des sélecteurs de date

Séance 4 : Personnaliser, partager et interpréter

- **Mise en forme avancée : style, légendes, tableaux croisés, graphiques pertinents**
- **Règles de partage et droits d'accès**
- **Lecture et interprétation d'un tableau Looker : repérer les tendances**
- **Travaux pratiques :**
  - **Personnalisation graphique du tableau**
  - **Partage à un collègue ou simulation client**
  - **Analyse des données en direct : interprétation + hypothèses d'optimisation**

Programme Créer sa stratégie de communication multicanale

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Définir une stratégie de communication claire, alignée à ses objectifs business et à sa cible.
- Identifier et segmenter son audience (clients, prospects, partenaires).
- Choisir les bons canaux (print + digital + réseaux sociaux + emailing + publicité).
- Élaborer un plan de communication multicanal cohérent (calendrier + messages + formats).
- Créer un système de messages et un storytelling cohérent sur l'ensemble des supports.
- Mettre en place un plan d'action opérationnel (ligne éditoriale, calendrier, outils, KPI).

Public visé

- Entrepreneurs
- Indépendants
- Artisans / commerçants
- Community managers
- Chargés de communication en interne
- Freelances marketing

Prérequis

- Disposer d'une activité existante, même récente
- Avoir au moins un canal déjà actif (site web, réseaux sociaux, email, Google Business Profile, etc.)
- Savoir utiliser un outil digital basique (Canva, Word, Notion ou équivalent)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 21 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@make

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 :

- **Bases & diagnostic : marque, message, positionnement**
- **Travaux pratiques :**
  - Théorie + Atelier

Séance 2 :

- **Choix des canaux & cohérence multi-supports**
- **Travaux pratiques :**
  - Cas pratiques + exercices

Jour 2 :

Séance 3 :

- **Messages, storytelling & argumentaires adaptés aux canaux**
- **Travaux pratiques :**
  - Exercices + mise en pratique.

Séance 4 :

- **Stratégie éditoriale & calendrier multicanal**
- **Travaux pratiques :**
  - Mise en place réelle.

Jour 3 :

Séance 5 :

- **Analyse, indicateurs KPI, optimisation et plan d'action final**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier final

Programme Créer son site e-commerce avec WordPress et WooCommerce

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Installer et configurer un site e-commerce avec WordPress et WooCommerce
- Mettre en ligne un catalogue de produits simples
- Gérer les moyens de paiement et les livraisons
- Assurer la sécurité, la conformité RGPD et la maintenance de base du site.

Public visé

- ✓ Entrepreneurs, artisans, commerçants
- ✓ Responsables communication ou marketing

Prérequis

- ✓ Être à l'aise avec l'usage de base d'un ordinateur et d'Internet
- ✓ Avoir un projet de site ou une offre e-commerce à développer

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 35 heures / 5 jours ou 10 demi-journées

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : Introduction & premiers paramétrages

Séance 1 : Introduction au e-commerce avec WordPress

- **Différences entre site vitrine et site e-commerce**
- **Présentation de WordPress et WooCommerce**
- **Exemples de sites**

- **Travaux pratiques :**
  - Définir son projet e-commerce

Séance 2 : Hébergement, nom de domaine et installation

- **Choisir son hébergeur et réserver un nom de domaine**
- **Installer WordPress et WooCommerce**

- **Travaux pratiques :**
  - Installer WordPress sur un hébergement de test

Jour 2 : Paramétrer WooCommerce

Séance 3 : Paramétrer WooCommerce

- **Configuration générale :**
  - **Boutique**
  - **TVA**
  - **Devise**
  - **Pays**
- **Ajouter des moyens de paiement**
  - **CB**
  - **Paypal**
- **Gestion des livraisons**

- **Travaux pratiques :**
  - Configurer sa boutique en fonction de son offre

Jour 3 – Les produits & le thème

Séance 4 : Créer son catalogue produit

- **Ajouter un produit simple**
- **Gérer les catégories et étiquettes**
- **Gérer les stocks et les taxes**

- **Travaux pratiques :**
  - Créer sa fiche produit complète

Séance 5 : Choix et personnalisation du thème

- **Installer un thème adapté au e-commerce**
- **Personnaliser l'apparence avec l'éditeur ou Elementor**
- **Créer une page d'accueil efficace**

- **Travaux pratiques :**
  - **Créer la page d'accueil et une page produit**

Jour 4 : RGPD & Sécurité

Séance 6 : Pages légales et conformité RGPD

- **Pages obligatoires :**
  - CGV
  - Mentions légales
  - Politique de confidentialité
- **RGPD, cookies et consentement**
- **Travaux pratiques :**
  - Intégrer ses pages légales et plugin cookies

Séance 7 : Sécurité, sauvegardes et maintenance

- **Mettre à jour WordPress et ses plugins**
- **Sauvegarder son site**
- **Sécuriser son site e-commerce**
- **Travaux pratiques :**
  - Installer un plugin de sécurité et planifier des sauvegardes

Jour 5 : Lancement & bonnes pratiques

Séance 8 : Lancement et bonnes pratiques

- **Checklist de mise en ligne**
- **Test du parcours client**
- **Suivi et évolutions du site**
- **Travaux pratiques :**
  - Réaliser un parcours client test

Programme Débuter avec Google Ads pour booster sa visibilité

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Comprendre le fonctionnement de la publicité Google Ads
- Créer un compte et une première campagne Google Ads
- Définir des mots-clés pertinents selon les intentions de recherche
- Rédiger une annonce textuelle efficace
- Paramétrer un budget et un ciblage adaptés à leurs objectifs
- Analyser les résultats d'une campagne et ajuster en conséquence

Public visé

- TPE/PME,
- Indépendants,
- Artisans,
- Commerçants,
- Responsables marketing,
- Communicants.

Prérequis

- Savoir naviguer sur Internet
- Disposer d'un compte Google (ou savoir en créer un)
- Avoir un site Internet ou une landing page (conseillé)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 21 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

JOUR 1 – Comprendre et paramétrer son compte

Séance 1 : Google introduction à la publicité Google

- **Qu'est-ce que Google Ads ? (réseau de recherche, display, YouTube, etc.)**
- **Fonctionnement des enchères et des classements**
- **Vocabulaire clé : CPC, CTR, score de qualité…**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un compte Google Ads
  - Navigation dans l'interface

Séance 2 : Paramétrer son compte et ses premiers réglages

- **Structure d'un compte (campagne / groupe d'annonces / mots-clés / annonces)**
- **Différences entre campagne Smart et campagne manuelle**
- **Travaux pratiques :**
  - Création de sa première campagne test
  - Paramétrage du budget quotidien, des enchères, de la zone géographique et de la langue

JOUR 2 – Créer une campagne de recherche efficace

Séance 3 : Choisir les bons mots-clés

- **Types de correspondance (large, expression exacte, mot-clé exact, exclusions)**
- **Intention de recherche et parcours utilisateur**
- **Travaux pratiques :**
  - Recherche de mots-clés avec le planificateur Google Ads
  - Création d'une liste de mots-clés pertinents pour son activité

Séance 4 : Rédiger des annonces efficaces

- **Structure d'une annonce textuelle (titre, description, URL à afficher)**
- **Bonnes pratiques rédactionnelles pour le clic**
- **Travaux pratiques :**
  - Rédaction de plusieurs variantes d'annonces
  - Prévisualisation et ajout d'extensions d'annonces (liens annexes, appel, lieu…)

Jour 3 : Suivre, optimiser et évaluer sa campagne

Séance 5 : Suivre les performances de sa campagne

- **Comprendre les indicateurs clés : impressions, clics, taux de clic (CTR), conversions**
- **Comment lire un tableau de bord Google Ads ?**
- **Travaux pratiques :**
  - Ajustements d'une campagne test existante
  - Récapitulatif : Checklist des points de contrôle pour les futures campagnes

Séance 6 : Ajuster et améliorer sa stratégie

- **Optimisation des annonces (test A/B)**
- **Réaffectation du budget, ajustement des enchères**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse d'une campagne (exemple réel ou test)
  - Lecture des rapports + interprétation

Programme Développer sa communication sur LinkedIn

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Optimiser son profil LinkedIn pour une image professionnelle cohérente
- -Développer et animer efficacement son réseau
- Créer et publier des contenus engageants
- Utiliser les outils de LinkedIn pour accroître sa visibilité et sa stratégie d'influence
- Mettre en place une stratégie de communication cohérente sur LinkedIn

Public visé

- Professionnels, indépendants, dirigeants
- Salariés en charge de la communication ou du développement commercial

Prérequis

- Avoir un profil LinkedIn (créé, même non optimisé)
- Savoir naviguer sur Internet
- Aisance minimale avec les outils numériques

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 21 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 – Optimiser son profil et poser les bases

Séance 1 : Comprendre l'écosystème LinkedIn

- **L'évolution de LinkedIn : du CV en ligne à la vitrine professionnelle**
- **Fonctionnalités clés : profil, page entreprise, messagerie, fil d'actualité**
- **Travaux pratiques :**
  - Diagnostic de son profil personnel (autoévaluation)
  - Benchmark de profils inspirants

Séance 2 : Optimiser son profil

- **Photo, bannière, titre, résumé : les règles d'un bon profil**
- **Expériences, compétences, recommandations**
- **Travaux pratiques :**
  - Optimisation d'un profil
  - Rédaction d'un pitch linkedin

Séance 3 – Définir sa stratégie de communication

- **Déterminer ses objectifs : notoriété, prospection, crédibilité**
- **Identifier sa cible et les bons formats de contenu**
- **Travaux pratiques :**
  - Élaboration de sa ligne éditoriale
  - Rédaction de 3 sujets de publications adaptées à sa cible

Jour 2 – Créer du contenu et animer son réseau

Séance 4 – Créer des publications engageantes

- **L'algorithme LinkedIn en 2025 : ce qui fonctionne (ou pas)**
- **Les différents types de publications**
- **L'écriture efficace : storytelling, ton, call-to-action**
- **Travaux pratiques :**
  - Rédaction d'un post LinkedIn selon sa ligne éditoriale
  - Réécriture collaborative de publications pour les rendre plus impactantes

Séance 5 – Développer et entretenir son réseau

- **Le fonctionnement du réseau : 1er, 2e, 3e niveau**
- **Les règles de l'invitation : personnaliser, cibler, relancer**
- **Travaux pratiques :**

- Création d'un message de demande de connexion
- Création d'un tableau de prospection relationnelle

Séance 6 – Créer de l'engagement

- **Réagir et commenter de façon pertinente**
- **L'importance de l'interaction dans l'algorithme**
- **Travaux pratiques :**
  - Planification de commentaires pertinents
  - Réponses à des commentaires fictifs ou réels

Jour 3 – Stratégie, outils et bonnes pratiques

Séance 7 – Planifier sa communication

- **Fréquence et régularité des publications**
- **Utiliser un calendrier éditorial**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un planning sur 1 mois
  - Programmation de publications

Séance 8 – Suivre ses performances

- **Indicateurs de performance**
- **Analyse des statistiques et amélioration continue**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse d'un post
  - Plan d'action d'amélioration

Séance 9 – Bonnes pratiques et pièges à éviter

- **Erreurs fréquentes sur LinkedIn**
- **Règles de confidentialité et sécurité**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier collectif "diagnostic de profil"

Programme Développer son personal branding

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Comprendre les fondamentaux du personal branding.
- Optimiser son profil LinkedIn pour refléter sa marque personnelle.
- Créer et publier du contenu engageant adapté à sa stratégie.
- Développer son réseau LinkedIn de manière ciblée et qualitative.

Public visé

- Dirigeants
- Entrepreneurs
- Indépendants
- Salariés souhaitant renforcer leur visibilité professionnelle.

Prérequis

- Posséder un compte LinkedIn actif.
- Savoir utiliser Internet et les réseaux sociaux de base.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 heures / 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Makeo – SAS au capital de 62 900 € - Siège : 50 Avenue de la Choletière 49300 CHOLET
Siret n° 805 268 679 000 34 – numéro de déclaration d'activité enregistré auprès de la préfecture des Pays de la Loire : 52 49 04 484 49 - Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Comprendre le personal branding

- **Qu'est-ce que le personal branding ?**
- **Pourquoi développer sa marque personnelle ?**
- **Spécificités du personal branding sur LinkedIn.**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse de profils LinkedIn réussis.

Séance 2 : Optimiser son profil LinkedIn

- **Photo, bannière, titre, résumé : les clés pour un profil impactant.**
- **Utiliser les expériences, formations et compétences pour valoriser son parcours.**
- **Réglages de visibilité et paramètres professionnels.**
- **Travaux pratiques :**
  - Optimisation en live de son propre profil LinkedIn

Jour 2 :

Séance 3 – Créer du contenu pour LinkedIn

- **Types de publications efficaces : posts, carrousels, newsletters, articles.**
- **Construire un plan de contenu personnel.**
- **Savoir raconter son histoire ("storytelling personnel").**
- **Travaux pratiques :**
  - Rédiger un post LinkedIn à partir d'une anecdote professionnelle.

Séance 4 – Développer et entretenir son réseau

- **Stratégie de connexion : qui ajouter, pourquoi et comment ?**
- **Engager avec les publications des autres.**
- **Messages privés : créer un premier contact de qualité.**
- **Travaux pratiques :**
  - Élaborer son plan de réseautage LinkedIn sur 1 mois.

Programme Elaborer une charte éditoriale pour son entreprise

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux d'une charte éditoriale dans une stratégie de communication.
- Structurer une ligne éditoriale cohérente avec l'identité et les objectifs de l'entreprise.
- Définir des personas pour adapter les contenus à leurs cibles.
- Établir des règles rédactionnelles claires (ton, style, formats).
- Définir un planning éditorial aligné avec les temps forts de l'entreprise.
- Rédiger et formaliser une charte éditoriale complète, applicable immédiatement.

Public visé

- Chargé(e)s de communication,
- Responsables marketing,
- Dirigeants de TPE/PME,
- Rédacteurs web,
- Community managers.

Prérequis

- Maîtrise de la langue française à l'écrit.
- Avoir une activité ou un projet nécessitant la production régulière de contenus (site, réseaux sociaux, print...).

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire
- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 21 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : Les fondamentaux de la stratégie éditoriale

Séance 1 : Comprendre les enjeux d'une charte éditoriale

- **Qu'est-ce qu'une charte éditoriale ? Objectifs et intérêts**
- **Positionnement de marque et communication**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse de 3 chartes éditoriales d'entreprises réelles
  - Travail en binôme : identifier les faiblesses d'une communication sans cadre

Séance 2 : Définir ses cibles et objectifs

- **Personas, parcours utilisateurs, types de contenus selon la cible**
- **Objectifs SMART pour les contenus**
- **Travaux pratiques :**
  - Création de 2 personas
  - Définition d'objectifs éditoriaux pour sa propre entreprise

Jour 2 : Construire les piliers de sa ligne éditoriale

Séance 3 : Choisir les bons messages, ton et formats

- **Notion de storytelling, tonalité de marque, style rédactionnel**
- **Supports et formats : articles, réseaux sociaux, newsletters, etc.**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier de reformulation : adapter un même message à différents canaux
  - Réflexion collective sur les valeurs à faire transparaître dans les contenus.

Séance 4 – Structurer ses thématiques et rubriques

- **Stratégie de connexion : qui ajouter, pourquoi et comment ?**
- **Engager avec les publications des autres.**
- **Messages privés : créer un premier contact de qualité.**
- **Travaux pratiques :**
  - Élaborer son plan de réseautage LinkedIn sur 1 mois.

Jour 3 : Rédiger et formaliser sa charte éditoriale

Séance 5 : Rédiger les règles rédactionnelles

- **Règles de style, mots à privilégier/éviter, formats de titres, règles d'inclusion**
- **Travaux pratiques :**
  - Rédaction des paragraphes "Ton, style et vocabulaire" de sa propre charte

Séance 6 : Finaliser et présenter sa charte éditoriale

- **Structuration du document final, validation, diffusion en interne**
- **Travaux pratiques :**
  - **Mise en forme d'une charte complète (PDF ou template partagé)**
  - **Présentation orale de la charte par chaque stagiaire + feedback collectif**

Programme Gérer ses réseaux sociaux Facebook et Instagram comme un professionnel

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Créer et paramétrer une page professionnelle Facebook et un compte Instagram pro.
- Définir une stratégie éditoriale cohérente avec sa cible et ses objectifs.
- Concevoir des visuels et vidéos adaptés aux formats de chaque réseau.
- Planifier et programmer efficacement ses publications.
- Interagir et développer une communauté de manière professionnelle.
- Utiliser les statistiques de Meta pour ajuster sa stratégie.
- Lancer une campagne publicitaire simple via Meta Business Suite.

Public visé

- Entrepreneurs
- Indépendants,
- Responsables communication,
- Salariés en TPE/PME.
- Toute personne souhaitant gérer de manière professionnelle ses réseaux sociaux Facebook et Instagram.

Prérequis

- Savoir naviguer sur Internet et utiliser un ordinateur.
- Disposer d'un compte Facebook personnel et d'un accès à une page professionnelle (ou volonté d'en créer une).
- Avoir une idée claire de son activité ou d'un projet à promouvoir.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 23 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Makeo – SAS au capital de 62 900 € - Siège : 50 Avenue de la Choletière 49300 CHOLET
Siret n° 805 268 679 000 34 – numéro de déclaration d'activité enregistré auprès de la préfecture des Pays de la Loire : 52 49 04 484 49 - Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état

Programme détaillé de la formation

Jour 1

Séance 1 : Comprendre les réseaux sociaux

- **Historique et place des réseaux sociaux dans le marketing digital**
- **Rôle de Facebook et Instagram pour les professionnels**
- **Travaux pratiques :**
  - Quiz de positionnement
  - Benchmark rapide de pages pro inspirantes

Séance 2 : Définir sa stratégie sociale média

- **Définition des cibles, objectifs, KPI**
- **Choisir ses réseaux selon ses objectifs**
- **Travaux Pratiques :**
  - Création de la fiche "persona" client type
  - Définition des objectifs de la formation pour chaque stagiaire

Séance 3 : Créer ou optimiser ses pages

- **Paramétrage d'une page pro Facebook**
- **Création d'un compte pro Instagram et liaison avec Meta**
- **Travaux Pratiques :**
  - Création ou audit de la page Facebook + Instagram
  - Optimisation bio, visuels, lien, boutons d'action.

Séance 4 : Créer un calendrier éditorial

- **Bonnes pratiques de publication (fréquence, heures, types de contenu)**
- **Planning mensuel type**
- **Travaux pratiques :**
  - Élaboration d'un planning éditorial simple
  - Utilisation d'un outil type Trello ou Google Sheets

Jour 2 : Création de contenu et animation

Séance 5 : Produire des visuels et vidéos adaptés

- **Dimensions et formats Facebook / Instagram (carrousel, story, reel...)**
- **Outils de création gratuits (Canva, CapCut, Meta Studio)**
- **Travaux pratiques :**
  - Création de visuels / stories / réels par chaque stagiaire

Séance 6 : Animer et interagir avec sa communauté

- **Bonnes pratiques d'interaction et modération**

- **Utilisation des commentaires, messages privés, groupes**
- **Travaux pratiques :**
  - Jeux de rôle : modérer, répondre à un avis négatif, relancer un client

Séance 7 : Utiliser les hashtags, tags, géolocalisation

- **Portée organique : fonctionnement de l'algorithme**
- **À éviter / à favoriser selon le secteur**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'une bibliothèque personnalisée de hashtags

Séance 8 : Créer et programmer ses publications

- **Présentation de Meta Business Suite**
- **Focus sur la programmation multiplateforme**
- **Travaux pratiques :**
  - Programmation de publications par chaque stagiaire
  - Utilisation des statistiques de base pour ajuster

Jour 3 – Publicité Meta et bilan

Séance 9 : Premiers pas dans la publicité Meta

- **Différences entre "booster" une publication et créer une campagne**
- **Notions de budget, ciblage, format**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'une campagne publicitaire test via Meta Ads

Séance 10 : Analyser ses résultats Théorie

- **Lecture des indicateurs clés dans Meta Business Suite**
- **Comment ajuster sa stratégie**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse des statistiques de leurs pages

Séance 11 : Bilan et plan d'action personnalisé

- **Bonnes pratiques durables / erreurs à éviter**
- **Travaux pratiques :**
  - Présentation orale du plan d'action individuel
  - Évaluation finale à chaud (auto-évaluation + formateur)

Programme Gérer son site e-commerce avec WordPress et WooCommerce

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Apprendre à gérer un site WordPress existant.
- Savoir utiliser Elementor pour modifier et personnaliser facilement les pages d'un site.
- Maîtriser la création et la gestion de produits simples et variables avec WooCommerce.
- Gérer les commandes dans WooCommerce.
- Créer et paramétrer des codes promotionnels.
- Appliquer les bonnes pratiques de base en SEO (titres, images, permaliens).

Public visé

- Personnes ayant un site WooCommerce et souhaitant le gérer efficacement.
- Salariés ou indépendants responsables de la gestion de contenus sur WordPress.

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur internet
- Disposer d'un ordinateur portable pour les travaux pratiques

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Partage d'écran
- Accès à un site de tests WordPress pour les exercices pratiques
- Documentation et supports de cours remis aux participants

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Réalisation d'une page personnalisée avec Elementor comme évaluation finale
- Création d'un article de blog et des catégories
- Évaluation à chaud en fin de formation

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 28 heures / 4 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Séance 1 : Introduction à WordPress, gestion des utilisateurs et gestions des médias

- **Comprendre l'interface WordPress**
  - **Présentation de l'interface : Tableau de bord et menus principaux**
  - **Naviguer entre la partie publique (front office) et la partie privée (back office)**
- **Gestion des utilisateurs et rôles**
  - **Les rôles des utilisateurs**
  - **Ajouter, modifier et gérer les droits des utilisateurs**
- **Gestion des médias**
  - **Ajouter des images, vidéos, PDF, etc.**
  - **Appliquer les bonnes pratiques SEO sur les médias (balises alt, compression, etc.)**
- **Travaux pratiques**
  - Connexion à WordPress
  - Trouver où modifier article, catégorie, page, menu ou média
  - Différences entre Back-Office et front-Office et passer de l'un à l'autre
  - Gestion des utilisateurs
  - Gérer les médias
  - Test dimension d'images

Séance 2 : Création et gestion des articles et pages

- **Organisation des contenus :**
  - **Différencier l'utilisation d'une page, d'un article et d'une catégorie**
  - **Comprendre la hiérarchie des pages et l'importance des catégories d'articles**
- **Gestion des articles :**
  - **Création et mise à jour des articles existants**
  - **Organiser des articles par catégories**
  - **Programmer la publication d'un article et enregistrer avec la fonctionnalité brouillon**
  - **Ajouter des liens internes et externes pour améliorer la navigation**
  - **Dupliquer une page ou un article pour en créer un nouveau**
- **Gestion des commentaires :**
  - **Autoriser ou interdire les commentaires**
  - **Gérer les commentaires : valider, répondre, supprimer, marquer comme indésirable**
- **Structure du site :**
  - **Comprendre la structure des menus et sous-menus**
  - **Ajouter, modifier et supprimer des éléments de menu**
- **Optimisation SEO :**
  - **Introduction au référencement avec l'extension Yoast SEO**
  - **Optimiser le contenu pour le SEO**
  - **Structurer les pages pour un meilleur SEO (Structure Hn)**
- **Travaux pratiques**
  - Quelle est la structure d'un article
  - Créer et hiérarchiser des catégories
  - Créer un article avec l'éditeur classique, en ajoutant un titre, du texte structuré et une image mise en avant

- Assigner l'article à une catégorie et une sous-catégorie appropriée (éviter "Non classé")
- Insérer des liens internes et externes (vérifier que les liens externes s'ouvrent dans un nouvel onglet)
- Enregistrer le brouillon
- Programmer la publication de l'article à une date future
- Vérifier la structure des titres (H1, H2, H3) dans un article
- Remplir le meta-title et la meta-description avec l'extension Yoast SEO
- Ajouter des balises alt aux images de l'article et vérifier leur pertinence
- Activer/désactiver les commentaires sur un article spécifique
- Laisser un commentaire test sur un article
- Valider, répondre ou supprimer au commentaire existant

Séance 3 : Utilisation d'Elementor

- **Création ou modification d'une page avec Elementor**
  - **Prise en main de l'interface Elementor**
  - **Ajouter et modifier des sections et des colonnes**
  - **Utiliser des widgets pour ajouter des éléments : images, textes, vidéos, boutons**
  - **Utiliser la structure Hn pour la hiérarchie des contenus**
  - **Ajouter des liens internes et externes pour améliorer la navigation**
  - **Copier-coller des sections ou des pages entières**
  - **Ajuster la typographie et les couleurs**
  - **Vérification de la réactivité avec Elementor sur différents supports (responsive)**
- **Intégration d'éléments interactifs**
  - **Ajouter des galeries d'images et modifier des sliders, des carrousels**
  - **Modifier des cartes Google et des témoignages si existants**
  - **Créer un formulaire de contact simple**
- **Travaux pratiques**
  - Explorer et comprendre la navigation sur Elementor
  - Tester l'historique des modifications et les révisions
  - Modifier la typographie et la couleur des éléments pour que la page soit cohérente
  - Vérifier l'affichage de la page sur mobile et tablette

Séance 4 : Gestion de son site e-commerce

- **Gestion des produits :**
  - **Différence entre produits simples, variables, groupés ou téléchargeables**
  - **Présentation de la fiche produit**
  - **Détail des onglets données produit**
  - **Ajouter des attributs (variations)**
  - **Utiliser les catégories pour structurer la boutique**
  - **Optimiser les fiches produits pour le SEO**
- **Gestion des commandes**
  - **Accéder au tableau de bord des commandes**

- **Comprendre les statuts de commande**
- **Comprendre le détail d'une commande**
- **Traiter les demandes de remboursement directement depuis le tableau de bord WooCommerce**
- **Consulter les clients**
- **Envoyer des notifications clients pour chaque mise à jour**

- **Codes promos et statistiques**
  - **Créer et gérer des codes promo (par montant fixe, pourcentage ou frais de port offerts)**
  - **Analyser les performances du site**
- **Travaux pratiques**
  - Créer un produit simple
  - Optimisation SEO
  - Créer un produit variable
  - Tester la fiche sur le front office pour vérifier son affichage et sa lisibilité
  - Gérer une commande
  - Créer un code promo

Programme Gérer son site vitrine avec WordPress

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Apprendre à gérer un site WordPress existant.
- Savoir utiliser Elementor pour modifier et personnaliser facilement les pages d'un site.
- Appliquer les bonnes pratiques de base en SEO (titres, images, permaliens).

Public visé

- Personnes ayant un site vitrine en WordPress et souhaitant le gérer efficacement.
- Salariés ou indépendants responsables de la gestion de contenus sur WordPress.

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur internet
- Disposer d'un ordinateur portable pour les travaux pratiques

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Partage d'écran
- Accès à un site de tests WordPress pour les exercices pratiques
- Documentation et supports de cours remis aux participants

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 24 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Introduction à WordPress, gestion des utilisateurs et gestion des médias

- **Comprendre l'interface WordPress**
  - **Présentation de l'interface : Tableau de bord et menus principaux**
  - **Naviguer entre la partie publique (front office) et la partie privée (back office)**

- **Gestion des utilisateurs et rôles**
  - **Les rôles des utilisateurs**
  - **Ajouter, modifier et gérer les droits des utilisateurs**

- **Gestion des médias**
  - **Ajouter des images, vidéos, PDF, etc.**
  - **Appliquer les bonnes pratiques SEO sur les médias (balises alt, compression, etc.)**

- **Travaux pratiques**
  - Connexion à WordPress
  - Trouver où modifier article, catégorie, page, menu ou média
  - Différences entre Back-Office et front-Office et passer de l'un à l'autre
  - Gestion des utilisateurs
  - Gérer les médias
  - Test dimension d'images

Jour 2 :

Séance 2 : Création et gestion des articles et pages

- **Organisation des contenus :**
  - **Différencier l'utilisation d'une page, d'un article et d'une catégorie**
  - **Comprendre la hiérarchie des pages et l'importance des catégories d'articles**

- **Gestion des articles :**
  - **Création et mise à jour des articles existants**
  - **Organiser des articles par catégories**
  - **Programmer la publication d'un article et enregistrer avec la fonctionnalité brouillon**
  - **Ajouter des liens internes et externes pour améliorer la navigation**
  - **Dupliquer une page ou un article pour en créer un nouveau**

- **Gestion des commentaires :**
  - **Autoriser ou interdire les commentaires**
  - **Gérer les commentaires : valider, répondre, supprimer, marquer comme indésirable**

- **Structure du site :**
  - **Comprendre la structure des menus et sous-menus**
  - **Ajouter, modifier et supprimer des éléments de menu**

- **Optimisation SEO :**
  - **Introduction au référencement avec l'extension Yoast SEO**
  - **Optimiser le contenu pour le SEO**
  - **Structurer les pages pour un meilleur SEO (Structure Hn)**

- **Travaux pratiques**
  - Quelle est la structure d'un article
  - Créer et hiérarchiser des catégories
  - Créer un article avec l'éditeur classique, en ajoutant un titre, du texte structuré et une image mise en avant
  - Assigner l'article à une catégorie et une sous-catégorie appropriée (éviter "Non classé")
  - Insérer des liens internes et externes (vérifier que les liens externes s'ouvrent dans un nouvel onglet)
  - Enregistrer le brouillon
  - Programmer la publication de l'article à une date future
  - Vérifier la structure des titres (H1, H2, H3) dans un article
  - Remplir le meta-title et la meta-description avec l'extension Yoast SEO
  - Ajouter des balises alt aux images de l'article et vérifier leur pertinence
  - Activer/désactiver les commentaires sur un article spécifique
  - Laisser un commentaire test sur un article
  - Valider, répondre ou supprimer au commentaire existant

Jour 3 :

Séance 3 : Utilisation d'Elementor

- **Création ou modification d'une page avec Elementor**
  - **Prise en main de l'interface Elementor**
  - **Ajouter et modifier des sections et des colonnes**
  - **Utiliser des widgets pour ajouter des éléments : images, textes, vidéos, boutons**
  - **Utiliser la structure Hn pour la hiérarchie des contenus**
  - **Ajouter des liens internes et externes pour améliorer la navigation**
  - **Copier-coller des sections ou des pages entières**
  - **Ajuster la typographie et les couleurs**
  - **Vérification de la réactivité avec Elementor sur différents supports (responsive)**

- **Intégration d'éléments interactifs**
  - **Ajouter des galeries d'images et modifier des sliders, des carrousels**
  - **Modifier des cartes Google et des témoignages si existants**
  - **Créer un formulaire de contact simple**

- **Travaux pratiques**
  - Explorer et comprendre la navigation sur Elementor
  - Tester l'historique des modifications et les révisions
  - Modifier la typographie et la couleur des éléments pour que la page soit cohérente
  - Vérifier l'affichage de la page sur mobile et tablette

Programme Gérer son site e-commerce PrestaShop avec Créative Element

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Administrer et personnaliser une boutique en ligne PrestaShop pour gérer les produits, les clients et les commandes.
- Utiliser efficacement le builder Creative Element pour créer des pages web modernes et performantes sans coder.
- Optimiser l'expérience utilisateur (UX) et le tunnel de conversion pour améliorer les performances commerciales de la boutique.

Public visé

- Entrepreneurs, indépendants, commerçants
- Responsables e-commerce ou marketing
- Toute personne amenée à gérer un site e-commerce PrestaShop

Prérequis

- Aisance avec l'ordinateur et la navigation Internet
- Avoir un site PrestaShop installé (ou un accès à une démo fournie)
- Des bases en web ou en e-commerce sont un plus mais pas obligatoires

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Makeo – SAS au capital de 62 900 € - Siège : 50 Avenue de la Choletière 49300 CHOLET
Siret n° 805 268 679 000 34 – numéro de déclaration d'activité enregistré auprès de la préfecture des Pays de la Loire : 52 49 04 484 49 - Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état

-

Durée de la formation (heures & jours)

- 25 heures / 2,5 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.f

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : Prise en main de PrestaShop et gestion de la boutique

Séance 1 : Interface & configuration globale

- **Présentation du back-office PrestaShop, modules, thèmes, configuration**
  - **Travaux pratiques :** Parcours des menus, configuration des paramètres de base

Séance 2 : Gestion du catalogue produits

- **Structure produit, déclinaisons, catégories, filtres**
  - **Travaux pratiques :** Création de fiches produits simples et variables

Séance 3 : Clients, commandes et moyens de paiement

- **Gestion des comptes clients, commandes, livraisons, TVA, paiements**
  - **Travaux pratiques :** Configuration d'un tunnel de commande et d'un mode de paiement

Jour 2 : Builder Creative Element et pages personnalisées

Séance 4 : Introduction à Creative Element

- **Fonctionnement du builder, blocs, templates, responsive**
  - **Travaux pratiques :** Création d'une page d'accueil avec Creative Element

Séance 5 : Création de pages CMS et landing pages

- **Rôle des pages CMS, techniques de conversion**
  - **Travaux pratiques :** Création d'une page « À propos » et d'une landing page produit

Séance 6 : Optimisation visuelle et responsive design

- **Importance du design responsive et des call-to-actions**
  - **Travaux pratiques :** Vérification mobile/tablette, ajustements CSS simples

Jour 3 : UX, SEO et gestion de contenu avancée

Séance 7 : Parcours client et UX

- **Bonnes pratiques UX, simplification du tunnel de conversion**
  - **Travaux pratiques :** Analyse de son site, améliorations immédiates à apporter

Séance 8 : SEO de base & rédaction web

- **Métadonnées, URL, balises Hn, rédaction orientée SEO**
  - **Travaux pratiques :** Optimisation d'un produit et d'une page CMS pour le SEO

Séance 9 : **Atelier final et plan d'action**

- **Bonnes pratiques à long terme, sécurité, mises à jour**
  - **Travaux pratiques :** Évaluation des acquis via mini-projet sur une page complète

Programme Identifier ses personas

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre la notion de persona marketing
- Collecter des données qualitatives et quantitatives sur leurs clients
- Identifier les critères de segmentation pertinents (comportementaux, socio-démographiques, motivationnels)
- Créer des fiches personas représentatives
- Utiliser les personas pour orienter une stratégie de communication ou de vente

Public visé

- Dirigeants de TPE/PME
- Responsables communication,
- Community managers,
- Indépendants,
- Chefs de produit
- Créateurs d'entreprise

Prérequis

- Avoir une activité existante ou un projet en cours de lancement
- Disposer d'un site web, d'une base client ou de contacts terrain

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 heures / 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 : Comprendre ce qu'est un persona

- **Définition, rôle et bénéfices du persona**
- **Différence entre cible marketing et persona**
- **Exemples de bons et mauvais personas**
- **Travaux pratiques :**
  - Débrief collectif sur les clients actuels de chaque stagiaire
  - Réflexion sur les points communs entre les clients idéaux

Séance 2 : Collecter les données nécessaires

- **Données qualitatives (interviews, observations, témoignages)**
- **Données quantitatives (CRM, analytics, sondages)**
- **Sources internes et externes (équipe, clients, forums, réseaux sociaux)**
- **Travaux pratiques :**
  - Préparer un mini-questionnaire d'interview client
  - Brainstorming : où chercher des données utiles à mon persona

Séance 3 : Segmenter les profils et comportements

- **Typologies de segmentation : sociodémographique, comportementale, psychologique**
- **Définir des critères pertinents pour son activité**
- **Travaux pratiques :**
  - Création d'un tableau de segmentation (outil Excel fourni)
  - Identification de 3 types de profils clients différents

Jour 2 :

Séance 4 : Créer ses personas

- **Structure type d'une fiche persona (nom, photo, bio, objectifs, freins, sources d'influence, parcours d'achat)**
- **Nombre idéal de personas**
- **L'erreur du persona "trop parfait"**
- **Travaux pratiques :**
  - Création de 2 fiches personas réalistes pour son activité
  - Présentation croisée des personas (feedback entre pairs)

Séance 5 : Utiliser ses personas au quotidien

- **Application des personas en marketing, rédaction, service client, stratégie commerciale**
- **Exemples d'usages concrets (emailing, tunnel de vente, site web, post réseaux sociaux)**
- **Travaux pratiques :**
  - **Création d'un contenu de communication (fiche produit, post LinkedIn ou email) ciblé sur un persona**

Séance 6 : Plan d'action et synthèse

- **Comment maintenir à jour ses personas ?**
- **Écueils à éviter : stéréotypes, données obsolètes, faux consensus**
- **Travaux pratiques :**
  - Remplir une feuille de route : comment intégrer les personas dans ma stratégie ?
  - Relecture et amélioration collective des fiches créées

Programme Maîtriser le SEO de son site WordPress (avec Elementor)

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les fondamentaux techniques du SEO et leur impact sur les performances d'un site.
- Réaliser un audit SEO de base : structure, indexation, performances, contenu, mots clés.
- Identifier les bons mots-clés en fonction de sa cible et de son marché
- Optimiser son site WordPress et ses pages avec Elementor
- Mettre en place une stratégie de contenu durable orientée SEO.
- Mettre en place les bonnes pratiques techniques
- Mesurer les résultats SEO avec les bons outils
- Construire une routine SEO mensuelle simple et efficace

Public visé

- Entrepreneurs / Freelances / PME
- Community managers
- Webmasters WordPress
- Responsables communication ou marketing
- Agences web débutantes

Prérequis

- Avoir un site WordPress déjà en ligne ou en construction.
- Savoir utiliser WordPress + Elementor (niveau basique confirmé).
- Connaître les principes du web (navigation, URL, pages, plugins).

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 24 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 :

Séance 1 :

- **Comprendre le SEO (bases, moteurs, algorithmes)**
- **Audit initial**
- **Travaux pratiques :**
  - Théorie + diagnostic

Séance 2 :

- **Recherche mots clés**
- **Architecture SEO**
- **Travaux pratiques :**
  - Exercices + cas pratiques

Jour 2 :

Séance 3 :

- **SEO On-page avec Elementor (Hn, images, texte, CTA, structure)**
- **Travaux pratiques :**
  - Manipulations

Séance 4 :

- **Maillage interne**
- **Optimisation médias**
- **Contenus SEO**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier contenu

Jour 3 :

Séance 5 :

- **SEO technique (indexation, sitemap, vitesse, mobile, sécurité)**
- **Travaux pratiques :**
  - Tests + corrections

Séance 6 :

- **Mesure + optimisation + routine SEO + plan d'action final**
- **Travaux pratiques :**
  - Atelier + feuilles de route

Programme Utiliser Brevo

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser les fondamentaux de Brevo (gestion de listes, création de campagnes, analyse),
- Construire des campagnes ciblées et performantes,
- Mettre en place des scénarios d'automatisation simples,
- Comprendre les enjeux de délivrabilité, de consentement et de bonnes pratiques e-mailing.

Public visé

- Chargé-es de communication, responsables marketing,
- Entrepreneurs, commerçants, responsables associatifs
- Toute personne souhaitant gérer sa newsletter où automatiser ses campagnes e-mailing

Prérequis

- Être à l'aise avec l'utilisation d'un navigateur web,
- Disposer d'un compte Brevo (ou être prêt à en créer un),
- Avoir une base de contacts (même test).

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 18 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : Prendre en main Brevo & créer une campagne simple

Séance 1 : Introduction & tour d'horizon

- **Fonctionnalités clés de Brevo, création de compte, configuration**
- **Travaux pratiques :**
    - Création de compte + paramétrage

Séance 2 : Gestion des listes de contacts

- **Créer / importer des listes, champs personnalisés, RGPD**
- **Travaux pratiques :**
    - Import d'un fichier .csv + ajout manuel + segmentation simple

Séance 3 : Créer une campagne d'emailing

- **Utilisation de l'éditeur drag & drop, objets, CTA, design**
- **Travaux pratiques :**
    - Création d'une campagne "newsletter" avec test

Séance 4 : Envoyer / programmer une campagne

- **Tests, choix des destinataires, planification, envoi**
- **Travaux pratiques :**
    - Simulation + programmation différée

Jour 2 : Créer des campagnes professionnelles & gérer les performances

Séance 5 : Analyse des campagnes envoyées

- **Statistiques : taux d'ouverture, clic, bounce, désinscriptions**
- **Travaux pratiques :**
    - Analyse de deux campagnes fictives

Séance 6 : Optimiser ses campagnes

- **Objets d'e-mail, personnalisation, call-to-action, bonnes pratiques**
- **Travaux pratiques :**
    - Refonte d'un e-mail non performant

Séance 7 : Segmentation avancée

- **Utiliser des filtres, créer des segments dynamiques**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer un segment + campagne ciblée

Séance 8 : A/B testing

- **Principe, mise en place, interprétation**
- **Travaux pratiques :**

- Simulation d'un A/B test sur l'objet d'e-mail

Jour 3 : Automatiser et structurer sa stratégie d'e-mailing

Séance 9 : Formulaires d'inscription

- **Création de formulaire, intégration sur site, champ RGPD**
- **Travaux pratiques :**
  - Création et test d'un formulaire de capture

Séance 10 : Scénarios d'automatisation

- **Créer une séquence automatisée (ex : accueil, anniversaire)**
- **Travaux pratiques :**
  - Réalisation d'un scénario complet

Séance 11 : Gestion de la base et délivrabilité

- **Bonnes pratiques (nettoyage, opt-in, réputation d'expéditeur)**
- **Travaux pratiques :**
  - Analyse d'une base + nettoyage

Séance 12 : Atelier final : mini-campagne complète

- **Créer une campagne + formulaire + segmentation + scénario**
- **Travaux pratiques :**
  - Projet de groupe ou individuel + présentation finale

Programme Utiliser Canva Gratuit

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Utiliser efficacement l'interface gratuite de Canva,
- Créer différents types de visuels adaptés à leurs besoins (web & print),
- Travailler avec des modèles tout en respectant leur charte graphique,
- Exporter leurs designs aux bons formats et avec une bonne résolution

Public visé

- Indépendants, TPE, salariés de structures associatives ou commerciales,
- Toute personne non-graphiste souhaitant créer des supports de communication clairs et efficaces.

Prérequis

- Être à l'aise avec la navigation web,
- Avoir un compte Canva gratuit (ou être prêt à en créer un en début de session),
- Avoir une idée de ses supports de communication à créer.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 14 heures / 2 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : Introduction au Canva gratuit

Séance 1 : Introduction à Canva

- **Présentation de Canva et de la version gratuite**
- **Création de compte**
  Tour de l'interface
- **Travaux pratiques :**
  - Création de compte et exploration libre

Séance 2 : Choisir le bon format de visuel

- **Présentation des formats types : réseaux sociaux, print, web, A4…**
  Création d'un nouveau design
- **Travaux pratiques :**
  - Créer un design "post Instagram"

Séance 3 : Utiliser les modèles

- **Naviguer dans la bibliothèque de templates**
- **Modifier un modèle sans le dénaturer**
- **Travaux pratiques :**
  - Personnaliser un modèle d'affiche événementielle

Séance 4 : Ajouter et modifier les éléments

- **Texte, formes, images, icônes**
- **Couleurs, tailles, superpositions, calques**
- **Travaux pratiques :**
  - Reproduire un flyer à partir d'une consigne

Séance 5 : Structurer un visuel clair et lisible

- **Hiérarchie, équilibre, lisibilité, marges**
- **Grilles, alignements**
- **Travaux pratiques :**
  - Créer un visuel à partir d'un brief simple

Séance 6 : Exporter et partager un design

- **Téléchargements (PDF, JPG, PNG)**
- **Impression, partage, redimensionnement manuel**
- **Travaux pratiques :**
  - Exporter plusieurs formats d'un même visuel

Jour 2 : S'entraîner et monter en autonomie

Séance 7 : Créer un visuel 100 % personnalisé

- **Partir d'un canevas vide**
- **Créer un design cohérent et équilibré**
- **Travaux pratiques :**
  - Créer une carte de remerciement ou une bannière

Séance 8 : Harmoniser ses visuels

- **Réutiliser les mêmes couleurs, typographies**
- **Créer une cohérence graphique sans outils payants**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer 3 visuels différents avec la même identité

Séance 9 : Adapter un visuel à un autre format

- **Copier un visuel et l'adapter à un autre format sans fonction "redimensionner" (Canva gratuit)**
- **Travaux pratiques :**
    - Transformer un visuel carré en format story

Séance 10 : Créer un document multipage

- **PowerPoint, diaporama PDF, brochure…**
- **Utiliser les pages dans Canva**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer un mini-guide ou une brochure de 3 pages

Séance 11 : Créer un support imprimable

- **Résolution, fonds perdus, marges**
- **Format PDF HD**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer un flyer A5 prêt à imprimer

Séance 12 : Atelier final : mini-projet

- **Réaliser un ensemble de visuels sur une thématique (réseau social + print)**
- **Travaux pratiques :**
    - Cas pratique complet : 1 visuel print + 2 web

Programme Utiliser Canva Gratuit et Pro

Disposition de la formation

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Prendre en main l'interface gratuite de Canva
- Utiliser les fonctionnalités avancées de Canva Pro,
- Mettre en place une charte graphique dans la bibliothèque de marque,
- Créer des designs professionnels réutilisables (modèles, dossiers, équipes),
- Gagner du temps avec les fonctions IA, redimensionnement et publication planifiée.

Public visé

- Chargé-es de communication, Community managers,
- Graphistes non professionnels, responsables marketing,
- Toute personne en charge de la communication visuelle d'une structure.

Prérequis

- Être à l'aise avec l'utilisation d'un navigateur web

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous contacter

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre théorie, démonstrations et exercices pratiques
- Support de formation remis à chaque stagiaire

Modalité d'accès à la formation

- Fiche de positionnement
- Modalités d'évaluation
- Exercices d'application

Délai d'accès à la formation

- 1 mois

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Quiz final de validation des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud

Modalités de validation

- Attestation de formation

Durée de la formation (heures & jours)

- 21 heures / 3 jours

Lieu de la formation

- Agence Makeo (50 avenue de la Choletière 49300 Cholet) ou autre lieu à la demande du client ou distanciel (cf convention)

Organisation de la formation

- Présentiel collectif (présentiel individuel ou distanciel possible, nous contacter)

Modalités de la formation

- Inter-entreprise (intra-entreprise ou individuel possible, nous contacter)

Dates et horaires de la formation

- Nous consulter

Tarif de la formation

- Nous consulter

Contact

- marie.dixneuf@makeo.fr

Programme détaillé de la formation

Jour 1 : Introduction au Canva gratuit

Séance 1 : Introduction à Canva

- **Découverte de Canva, version gratuite vs payante**
- **Tour d'horizon de l'interface**
- **Travaux pratiques :**
  - Quiz rapide + exploration libre de l'interface

Séance 2 : Créer un visuel simple

- **Créer un projet (format post, A4, story, etc.)**
- **Ajouter texte, image, fond**
- **Travaux pratiques :**
  - Créer un post Instagram à partir d'un modèle

Séance 3 : Travailler avec les modèles gratuits

- **Utiliser un template, modifier couleurs/typos**
- **Enregistrer ses designs**
- **Travaux pratiques :**
  - Reproduire un flyer simple + le personnaliser

Séance 4 : Structurer son design

- **Grilles, alignements, cohérence graphique**
- **Hiérarchie visuelle et bonnes pratiques**
- **Travaux pratiques :**
  - Créer une affiche A4 pour un événement

Séance 5 : Télécharger et partager ses créations

- **Formats (PNG, PDF, JPEG)**
- **Envoi, partage, redimensionnements**
- **Travaux pratiques :**
  - Exporter un visuel pour Instagram, un autre en PDF HD

Séance 6 : Cas pratique final

- **Créer un visuel libre pour un besoin réel**
- **Revue collective des réalisations**
- **Travaux pratiques :**
  - Cas libre au choix (flyer, post réseau, carte)

Jour 2 : CANVA PRO : Bibliothèque et modèles

Séance 7 : Rappels et découverte des fonctions Pro

- **Accès aux ressources premium**
- **Collaboration en équipe**
- **Travaux pratiques :**
    - **Quiz : Quelles différences entre version gratuite/pro ?**

Séance 8 : Bibliothèque de marque

- **Intégrer son logo, couleurs, polices**
- **Créer sa charte graphique**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer une bibliothèque de marque complète

Séance 9 : Créer des modèles personnalisés

- **Créer ses propres templates**
- **Dupliquer, modifier, organiser dans des dossiers**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer une série de modèles réutilisables (stories, posts, slides)

Séance 10 : Travailler en équipe

- **Partager, commenter, collaborer**
- **Gestion des autorisations**
- **Travaux pratiques :**
    - Simuler une collaboration en duo sur un carrousel

Jour 3 : Automatisations & fonctionnalités avancées

Séance 11 : Automatiser et gagner du temps

- **Redimensionner un visuel**
- **Planifier une publication**
- **Utiliser les Smartmockups et styles**
- **Travaux pratiques :**
    - Redimensionner 3 visuels + planifier 2 publications

Séance 12 : Outils IA & fonctionnalités avancées

- **Magic Write, Magic Design, suppression de fond**
- **Astuces pour contenu animé, vidéo et audio**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer une vidéo promotionnelle courte avec éléments animés

Séance 13 : Atelier final + revue

- **Mise en situation : créer une campagne complète multi-supports**
- **Feedbacks en groupe**
- **Travaux pratiques :**
    - Créer une mini-campagne (identité visuelle + déclinaisons)