

Introduction

Les formations IRAM PRO s'adressent aux professionnels qui souhaitent mettre à jour leurs compétences numériques dans un contexte de transition numérique. Basées sur des situations d'usages professionnels concrets, ces différentes formations associent un apport théorique et une mise en pratique permettant de découvrir et de manipuler différents outils et applications numériques.

Ces formations sont dispensées par des professionnels experts dans chaque domaine mobilisé. Elles se déroulent sur une journée et sont regroupées dans 3 grands modules cohérents (communiquer, s'organiser et innover) qui constituent ensemble les bases d'une certification professionnelle.

A) Présentation des formations

1) Brainstorming – Piloter une session de créativité collective à l'heure du numérique

Contexte et besoins :

L'impact du numérique dans les organisations est porteur de transformations qui requiert un besoin accru d'innovation et de créativité. L'émergence de formats de réflexions collectives et collaboratives comme les hackathons ou les world café permettent de mobiliser l'intelligence collective d'une entreprise et d'engager activement les salariés dans l'innovation et la résolution de problèmes.

Formation attendue :

- Présenter les enjeux de l'innovation ouverte et collaborative
- Présenter les principes clés du brainstorming



- Découvrir et apprendre comment animer et conduire une séance créativité et de réflexion collaborative avec différents formats (world café, codesign, etc.), outils et techniques (mindmapping, utilisation de jeux de plateau, post-it).
- Enrichir les séances via l'utilisation d'outils numériques (tablettes, tableaux numériques, logiciels).
- Restituer les travaux sous format numérique

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : édition d'une carte mentale sous format électronique

Cible : personne ressource aux RH, consultants, formateurs

2) Data visualisation – Donner plus de clarté et d'impact à ses données

Contexte et besoin :

Les entreprises traitent quotidiennement un grand nombre de données qui ne sont bien souvent pas assez exploitées du fait de leur complexité ou de leur mauvaise lisibilité. La data visualisation est un moyen de retranscrire graphiquement ces données de manière plus claire afin qu'elles soient accessibles et attractives pour tous.

Formation attendue :

- Présenter les enjeux de la data visualisation avec différents exemples et cas concrets.
- Présenter les différents types et formats de représentations de données (camemberts, histogrammes, treemaps, timelines, courbes, cartographie, pictogrammes, illustrations et photo visualisation)
- Expérimenter, à partir d'un jeu de données apporté par les participants et sur un outil choisi par le formateur, la production d'une data visualisation.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : édition infographie de data visualisation à partir d'une set de données amené par chaque stagiaire

IRAM - International Rhône-Alpes Médias - 7 rue Pablo Picasso - 42000 Saint-Étienne



Télécom Saint-Étienne, 25 rue du Docteur Rémy Annino - 42000 Saint-Étienne
Université Jean Monnet, 10 rue Tréfilerie – CS 82301 - 42023 Saint-Étienne Cedex 2

Cible : Communicants, journalistes, data managers.

3) E-réputation : comprendre les enjeux de la communication en ligne

Contexte et besoin :

À l'heure où le web et les réseaux sociaux sont devenus des canaux de diffusion incontournables dans la communication professionnelle il est important d'en connaître les enjeux, les codes et les principales techniques, savoir choisir le bon canal pour la bonne information, apprendre à gérer une identité numérique et une influence sociale.

Formation attendue :

- Découvrir, à partir d'exemples concrets les enjeux de l'identité numérique appliquée au monde professionnel (marque, entreprise, dirigeant, évènement),
- Découvrir les différents réseaux sociaux et leurs spécificités
- Établir une stratégie de communication numérique intégrant les réseaux sociaux à partir d'un cas pratique

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : création d'un profil sur un réseau social, production d'un plan de communication digital sur les réseaux sociaux.

Cible : chefs d'entreprises, responsables de communication, community managers, élus.

4) Efficacité bureautique : faites en 3 clics ce qui vous prenait 3h avec la suite Office

Contexte et besoin :

L'explosion de l'usage des outils numériques est chronophage. CRM, réseaux sociaux s'ajoutent aux outils bureautiques classiques qui sont pourtant encore très largement utilisés mais rarement de façon optimale. La plupart des professionnels utilisant les outils de bureautique de la suite Office ne connaissent que partiellement les fonctionnalités de ces



applications. Cette formation a pour but de présenter d'autres possibilités d'utilisation qui s'offrent aux utilisateurs pour gagner en temps et en efficacité.

Formation attendue :

- Découvrir des fonctionnalités bureautiques pas assez connues des utilisateurs
- Gagner en productivité individuelle et collective en utilisant tout le potentiel des outils bureautiques.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : création de tableurs, présentations ppt, publipostage.

Cible : Toute personne amenée à utiliser la bureautique dans ses missions.

5) Événementiel numérique : faire vivre son événement grâce aux réseaux sociaux

Contexte et besoin :

La virtualisation massive des échanges professionnels génère un besoin accru de rencontres physiques pour compenser la mise à distance des échanges électronique ; colloques, conférences, séminaires, petits déjeuners, afterwork, meet-up, etc. Cette explosion de l'évènementiel qui permet de faire connaître son entreprise, ses services et ses produits par une rencontre de qualité, génère une forte concurrence entre évènements sur les agendas. Il faut donc se différencier et faire connaître ses évènements en utilisant pleinement les possibilités des outils numériques et notamment les réseaux sociaux.

Formation attendue :

- Découvrir les opportunités offertes par les réseaux sociaux pour booster ses événements et élargir son public cible (exemple des campagnes *Facebook* ou *Google Adwords*).
- Définir une stratégie et les actions à mener avant, pendant et après un événement (campagne d'inscription avant, *Facebook live* ou *Périscope*, live tweet pendant, *Storyfy* après).

IRAM - International Rhône-Alpes Médias - 7 rue Pablo Picasso - 42000 Saint-Étienne



Télécom Saint-Étienne, 25 rue du Docteur Rémy Annino - 42000 Saint-Étienne
Université Jean Monnet, 10 rue Tréfilerie – CS 82301 - 42023 Saint-Étienne Cedex 2

- Discerner le rôle du Community Manager pendant un événement.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : production d'un plan de communication événementiel.

Cible : responsables et chargés de communication, community managers, managers événementiels.

6) Excès d'information : maîtriser ses flux d'information pour éviter l'infobésité

Contexte et besoin :

Dans un monde d'hyper information et d'hyper connexion où les messages arrivent en permanence via différents canaux (communication physique, mails, sms, réseaux sociaux, etc.) il devient indispensable d'apprendre à trier, hiérarchiser et prioriser l'information afin de ne pas subir cette nouvelle réalité professionnelle qui peut conduire à une véritable infobésité et au burn-out numérique

Formation attendue :

- Prendre conscience de sa propre situation face à la gestion d'information. Quel canal j'utilise pour transmettre ou recevoir quelle type d'information ? Quel est mon « profil informationnel » ?
- Mettre en place des méthodes de travail qui permettent de mieux gérer son rapport à l'information.
- Découvrir des outils et les fonctionnalités de gestion de l'information et de veille.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : définition d'un plan de gestion informationnel personnalisé (mon profil, mes objectifs à court, moyen et long terme)



Cible : Toute personne ayant à traiter de l'information numérique et des échanges électroniques.

7) Webmarketing : mettre en place une stratégie efficace de marketing en ligne

Contexte et besoin :

Les techniques traditionnelles du marketing deviennent obsolètes avec l'efficacité grandissante du marketing de données (data driven marketing) qui inverse les rôles entre diffuseurs et cibles. Les consommateurs ont pris l'habitude d'aller chercher eux-mêmes l'information sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Les techniques de marketing entrant (inbound marketing) permettent d'être plus facilement vus et trouvés par les internautes au milieu d'un océan d'informations.

Formation attendue :

- Présenter les nouvelles techniques de marketing induites par le développement d'Internet, des réseaux sociaux et des moteurs de recherche.
- Identifier les éléments clés de réussite de sa présence sur Internet (site, réseaux sociaux, annuaires, référencement, ect.). Analyse le positionnement webmarketing de ses concurrents.
- Définir une stratégie de webmarketing (création de sa ligne éditoriale, de ses profils d'acheteur, définition du mécanisme de conversion, des objectifs et des indicateurs).

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : définition d'une plan de gestion informationnel personnalisé (mon profil, mes objectifs à court, moyen et long terme).

Cible : Chefs d'entreprises PME/PMI, responsables marketing / communication, commerciaux.

8) Web Editorial : apprendre à rédiger efficacement pour le web et les réseaux sociaux

Contexte et besoin :

La communication en ligne dispose de ses propres codes de rédaction et de diffusion. Les formats d'écriture sur le web sont très spécifiques et ils répondent à des contraintes particulières comme par exemple l'attention réduite des lecteurs, favorisée par l'hypertexte qui facilite la dispersion et la volatilité du lectorat en ligne. L'écriture en ligne nécessite donc des formats assez courts, percutants et originaux, susceptibles d'attirer les internautes et de retenir leur attention.

Formation attendue :

- Découvrir les contraintes de la communication numérique et en ligne (titres, accroches, introduction, hiérarchisation, liens, gestion des droits, etc)
- Savoir rédiger un contenu web efficace et influent
- Soigner l'esthétique (templates, visuels, typographie)
- Découvrir les outils de CMS, le référencement et la diffusion de ses contenus

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : écriture d'un article de blog.

Cible : Journalistes, chargés de communication, blogueurs.

9) Vidéo dessinée : découvrir un nouveau format de présentation et de diffusion

Contexte et besoin :

La surinformation sur les médias numériques requiert d'être différenciant, attractif, percutant et pédagogique. Pour expliquer des idées, projets et services parfois complexes, le recours au format très didactique et schématique de la vidéo-dessinée permet de toucher un large public et d'être largement vu et diffusé. Cette formation très pratique propose de découvrir ce format original très efficace et de l'expérimenter à travers une production concrète.

Formation attendue :

- Comprendre la logique du mindmapping (cartes mentales) et savoir créer un schéma clair.
- Rédiger un scénario de vidéo.
- Maîtriser la captation de la voix off, de l'image puis du montage vidéo.
- Savoir diffuser sa vidéo.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : édition d'une vidéo-dessinée

Cible : Formateurs, responsables formation, dirigeants, enseignants, responsables de communication, responsables marketing.

10) Storytelling : l'art de prendre la parole pour mieux faire passer son message

Contexte et besoin :

Afin de capter l'attention et de faire passer des messages clés, le recours aux techniques narratives permet un ancrage mémoriel important. L'apprentissage du storytelling, dans une optique de prise de parole ou de l'écriture d'un texte (argumentaire, article de blog, scénario d'une vidéo-dessinée) est devenu stratégique pour être entendu, lu et compris.

Formation attendue :

- Découvrir un nouveau mode de communication inspiré du schéma universel des contes.
- S'inspirer de la structure du Voyage du héros de Joseph Campbell, passer du schéma descriptif au schéma narratif.
- Scénariser son message.
- Capter l'auditoire et remporter l'adhésion.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : enregistrement d'une prise de parole ou écriture d'une histoire

Cible : Toute personne amenée à prendre la parole en public (en réunion, pour présenter un dossier ou pour donner une conférence).

11) Smart work : intégrer les enjeux, les atouts et les contraintes du travail collaboratif et à distance

Contexte et besoin :

La massification du numérique et l'hyper-connectivité ont progressivement affranchi de nombreux indépendants et salariés du bureau fixe. Le travail n'est plus un lieu mais un verbe que l'on conjugue dans une diversité d'environnements et de lieux : siège de l'entreprise, clientèle, transports, domicile, coworking, etc. Ce bouleversement nécessite de faire évoluer le mode de management et d'adapter le cadre de travail des salariés.

Formation attendue :

- Analyser les causes et conséquences des nouvelles formes de travail.
- Comprendre le contexte et la législation en vigueur.
- Repérer les avantages et les contraintes liés à ces nouveaux modes de travail.
- Être en mesure de conduire un projet à l'aide de ces nouvelles formes d'organisation du travail.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : rédaction d'un plan de déploiement des nouvelles formes de travail dans son organisation.

Cible : Responsables des ressources humaines, dirigeants d'entreprise, managers, candidats au télétravail.

12) Sécurité en ligne : adopter les bonnes pratiques pour préserver ses données numériques

Contexte et besoin :

L'utilisation quotidienne d'outils numériques et connectés requiert une connaissance de base des principaux risques liés à la cybercriminalité et à la confidentialité des données. Sans la prise de conscience et la mise en place réelle de bonnes pratiques par les salariés, les efforts de sécurisation mis en place par les directions informatiques ne sont pas suffisants.

Formation attendue :

- Acquérir les bonnes pratiques pour protéger ses données personnelles et celles de ses clients.
- Garantir la confidentialité dans ses pratiques numériques, comprendre les risques et apprendre à protéger ses terminaux.
- Apprendre la navigation anonyme et les techniques de cryptage
- Créer son kit de sécurité personnel

Productions /livrables des stagiaires : kit de sécurité personnel

Format : 1 journée

Cible : Tout public.

13) Creative day : participer à une journée immersive, innovante et créative

Contexte et besoin :

La période de transition numérique requiert des entreprises une capacité à innover en impliquant activement ses salariés. L'innovation ouverte et les méthodes de design thinking permettent de résoudre des problèmes simples ou complexes en associant la créativité et les talents des équipes lors de moments collectifs de qualité qui renforcent la cohésion d'équipe.

Formation attendue :

IRAM - International Rhône-Alpes Médias - 7 rue Pablo Picasso - 42000 Saint-Étienne



Télécom Saint-Étienne, 25 rue du Docteur Rémy Annino - 42000 Saint-Étienne
Université Jean Monnet, 10 rue Tréfilerie – CS 82301 - 42023 Saint-Étienne Cedex 2



- Découvrir et mobiliser le potentiel créatif et les talents de l'équipe.
- Apprendre la méthodologie design thinking de résolution de problème.
- Renforcer la cohésion d'équipe.
- Stimuler la motivation et l'engagement.
- Ajouter innovation et créativité à la culture d'entreprise.

Format : 1 journée

Productions /livrables des stagiaires : formalisation d'une résolution de problème sur un support numérique (format au choix du formateur).

Cible : Toute personne en charge de l'organisation de journées d'entreprise.

B) Evaluation des apprenants

Les formateurs sélectionnés devront proposer une double évaluation permettant de certifier l'acquisition objective de compétences lors des journées de formation. Cette évaluation se fera d'une part à partir de questionnaires (à choix multiples, à choix fermés, avec des champs libres, etc.) sous un format électronique facile d'accès et de traitement (type Google form). D'autre part, chaque formation donnera lieu, lors de son déroulement, à une production (à définir par le formateur) qui donnera lieu à une évaluation par le formateur.