

## PROGRAMME DESCRIPTIF DE L'ACTION DE FORMATION PARCOURS DE FORMATION

### LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL ET DES MÉDIAS SOCIAUX

Code de référence : LFDMS/ACCRH

Parcours concourant au développement des compétences : Action de formation

Articles L.6313-1 et 6313-2 du Code du travail

#### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES & PROFESSIONNELS

- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement

#### PUBLIC CONCERNÉ

- Toute personne débutant sur les réseaux sociaux et désirant se familiariser avec les réseaux et les médias sociaux

#### PRE REQUIS

- Aucun prérequis particulier

#### NOMBRE DE PARTICIPANTS & INTERVENANTS

- Nombre de stagiaires minimum : 4
- Nombre de stagiaires maximum : 8

*Pour une personne : formation sur-mesure (nous consulter).*

- Intervenant·s : formatrice référente

#### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES & PROFESSIONNELS

- Magali GRALL, Formatrice depuis plus de 20 ans sur des modules de digitalisation de l'information, marque employeur, stratégie RH digitale, communication manager, management stratégique opérationnel, cohésion d'équipe, gestion de conflits, process de recrutement, intégration de nouveaux collaborateurs, gestion de problématiques RH, organisation sur les postes de travail, QVCT, communication verbale et écrite, prise de parole en public.
- Responsable d'une agence d'intérim durant 4 ans (5 collaborateurs et 100 à 250 intérimaires)
- Titulaire d'un Master Sciences de l'éducation – Parcours Formateur d'Adultes à l'UBO en juin 2015
- Responsable d'un cabinet appui-conseils recrutement de profils pénuriques et solutions RH, depuis 2010.

## METHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Identification des besoins du participant en amont de la formation : test de positionnement, avec entretien téléphonique individuel avec le formateur ou en face à face, avant l'inscription
- Apports théoriques et travaux pratiques
- Echanges et analyse participative sur des cas concrets
- Exercices et outils sur le thème de la formation
- Mise en situation et simulation
- Boîte à outils
- Supports pédagogiques spécifiques
- Suivi post-formation

## OUTILS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

- Entretiens téléphoniques et échanges en amont de la formation.
- Questionnaire/QCM de positionnement en début de formation.
- Feuille de présence des stagiaires.
- Evaluation à chaud de la formation.
- Enquête de satisfaction / évaluation à froid de la formation et formatrice.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MATÉRIELS

- Salle de formation dédiée ACCRH (capacité d'accueil : 15 personnes max / 8 personnes en période Covid-19)
- Partenariat salle de formation prestataire extérieur – accessibilité personnes en situation de handicap
- Tables et chaises
- Paperbord
- Ordinateurs / imprimantes
- Caméscope numérique / télévision / vidéoprojecteur / Double écran
- Papier et stylos à disposition
- Supports numériques (Power Point, docs, PDF, vidéos...)
- Boîte à outil
- Prises Ethernet pour connexion / wifi
- Téléphone fixe
- Salle de pause déjeuner équipe
- En période de covid-19, mise en œuvre des procédures sanitaires (masques, gels hydro alcooliques)

## INFORMATIONS PRATIQUES

- Dates sur demande : possibilités toute l'année
- Durée : 2 jours – 14 heures (7H/jour)
- Horaires : 9H00 – 12H30 – 13H30 – 17H00
- Lieu : Organisme de formations ACCRH, 125 rue St Marc, 29200 Brest ou sur site  
Ou Partenariat prestataire avec établissements ERP pouvant accueillir des personnes en situation de handicap.

## SANCTION DE LA FORMATION

- Un tour de table est effectué en fin de chaque journée avec le/les participant·s
- Un questionnaire d'évaluation à chaud de la formation est rédigé en fin de stage pour le/les participant·s
- Une attestation de fin de formation avec atteinte des objectifs est remise personnellement à chaque stagiaire
- Une attestation d'assiduité et de présence permet de compléter le dispositif avec un envoi au commanditaire de la formation

## SUIVI DE LA FORMATION

- Un questionnaire d'évaluation à froid, pour le suivi accompagne cette démarche dans les 3 à 6 mois qui suivent l'action de formation (envoi et retour par mail).

## DOCUMENTS CONTRACTUELS

- Toutes les actions de formation dispensées par l'Organisme de formation ACCRH font l'objet d'une convention de formation ou d'un contrat individuel de formation
- Ces documents, accompagnés du règlement d'intérieur, de l'attestation d'informations préalable à l'inscription, de la convocation, de la fiche descriptive de l'action de formation (Programme de formation) et de devis détaillé et complet.

## COÛTS PÉDAGOGIQUES DE L'ACTION DE FORMATION

- 1 250 €\* HT par stagiaire pour 2 jours (déjeuner inclus) (4 stagiaires minimum)
- MONTANT HT POUR 2 JOURS DE FORMATION SUR SITE (14 heures) x Nbr de PERS.
- TVA 20% / TTC

*Coût pour une personne : nous consulter.*

## ENGAGEMENT QUALITÉ

- Engagement de qualité de l'organisme prestataire d'actions de développement des compétences ACCRH
- L'organisme de formation ACCRH est Datadocké et certifié QUALIOPi.
- L'intervenante, Magali GRALL, formatrice référente est titulaire d'un Master Sciences de l'éducation parcours Formatrice pour adultes, à l'UVO et formatrice spécialisée Tertiaire depuis 20 ans.

## DÉFICIT SENSORIEL OU MOTEUR ACCESSIBILITÉ

- L'organisme de formation ACCRH est particulièrement attentif à la prise en compte d'un éventuel déficit sensoriel ou moteur. Cette éventualité est abordée dès le premier test de positionnement avant inscription. Une approche adaptée et personnalisée, en fonction des situations individuelles, a été prévue en collaboration avec des acteurs pertinents et experts. Dans le cas de formation en présentiel, l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite est systématiquement prévue et réalisée.

## PROGRAMME DE FORMATION

**SÉQUENCE 1 – JOUR 1***Evaluations, échanges, mises en situation, exercices pratiques, boîte à outils.***1/ Du Web 1.0 au 3.0**

- Les acteurs du numérique : les GAFAM
- Les générations X, Y, Z, Alpha et leurs habitudes sur le web
- Les différents types d'influenceurs et leurs collaborations avec les entreprises

**2/ Panorama des différents médias sociaux**

- Définitions : Facebook, X (ex Twitter), LinkedIn, Pinterest, Instagram, Snapchat, Tiktok, Twitch, Discord.
- Statistiques clés et démographies des principales plateformes
- Quelles entreprises communiquent sur quels réseaux sociaux et pourquoi ?

**Diagnostic :** Quelles sont vos compétences actuelles sur les réseaux sociaux ? Avez-vous des axes d'amélioration**SÉQUENCE 2 – JOUR 2***Evaluations, échanges, mises en situation, exercices pratiques, boîte à outils : échange sur la 1ère journée, retour d'expériences, feedbacks.***3/ Utiliser les médias sociaux**

- **Facebook :**
  - L'interface Facebook : profil, fil, page entreprise/groupe. Où trouver ses paramètres de confidentialité ?
  - L'algorithme de Facebook et son impact pour les particuliers et les marques
- **Instagram :**
  - L'interface Instagram
  - Les différents formats : publications, stories et reels
  - Positionnement des entreprises sur Instagram
- **LinkedIn :**
  - Interface LinkedIn : profil, fil d'actualité, page et groupe.
  - Personal branding, recherche d'emploi, social selling, employee advocacy, marque employeur : que faire sur LinkedIn en tant que marque ou professionnel ?
  - Les fondamentaux de l'optimisation de profil sur LinkedIn.
- **X (ex Twitter) :**
  - Interface X (ex Twitter).
  - Le lexique et les codes de la plateforme : hashtags, mentions
- **TikTok :**
  - Interface TikTok et lexique.
  - Quels sont les formats de publication et usages ?
  - Comment communiquer en tant que marque sur TikTok ?

**4/ Les tendances digitales**

- Le metaverse et les technologies immersives : réalité virtuelle, réalité augmentée, cryptomonnaie.
- L'intelligence artificielle : sa place future dans notre quotidien.
- Les nouveaux métiers du digital : hacker éthique, data scientist, ...

**Exercice :** mettre en œuvre un plan d'actions : création de médias sociaux (les axes, le contenu, les objectifs, la cible...)