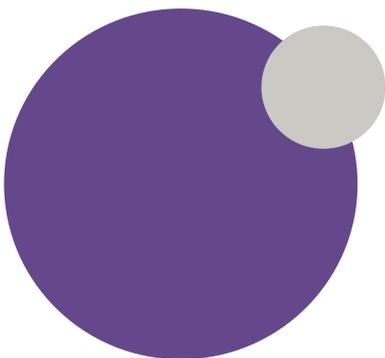


ANURA

Catalogue des formations



Préambule

ANURA conçoit des formations marketing et digitales visant à aider les entreprises à se développer grâce au numérique. L'usage d'applications mobiles, de logiciels, des réseaux sociaux mais aussi l'analyse des marchés, des activités et de l'environnement de l'entreprise sont les piliers de ces formations.

Nous proposons des formations standards qui sont en partie personnalisées pour nos clients afin qu'elles intègrent leurs contraintes (compétences déjà acquises par les stagiaires, disponibilités, ...)

L'entreprise est au cœur du programme de formation. La déclinaison opérationnelle est toujours effectuée sur le cas de l'entreprise.

Nous proposons également des formations sur les outils numériques – Applications mobiles, logiciels – que nous avons développé pour l'entreprise. Dans ce cas-là, la durée de la formation dépend des fonctionnalités présentes dans leur outil.

A l'issue de la formation, le stagiaire maîtrise les outils numériques développés pour l'entreprise et est donc complètement opérationnel.

Ce catalogue présente donc les formations standards que nous proposons.

Formation Réseaux sociaux_Module 1

Comment créer, animer et analyser un compte professionnel sur les réseaux sociaux ?

Objectifs

- Connaître les principaux réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, etc.
- Découvrir les réseaux sociaux les plus adaptés pour les professionnels
- Créer un profil et une page d'entreprise LinkedIn

Pour qui ?

Cette formation s'adresse entre autres aux :

- Dirigeants
- Responsables Commercial, commerciaux...
- Responsable communication.

Prérequis

Aucun.

Il serait souhaitable que les participants viennent avec un équipement leur permettant de se connecter aux réseaux sociaux (ordinateur portable idéalement).

Programme

Préambule

Qu'est-ce que l'ère du numérique ?

1. Introduction générale aux réseaux sociaux

- Les réseaux sociaux en quelques chiffres
- Panorama des réseaux sociaux actuels
- Lexique du vocabulaire utilisé sur les médias sociaux : engagement, viralité, page, profil, abonnement, connexion...
- Algorithmes : comprendre et déjouer les algorithmes !

2. Quels réseaux sociaux choisir pour son entreprise ?

- Présentation des principaux usages des réseaux sociaux pour l'entreprise : recrutement, communication, partenariats, prospection...

- Analyse comparative des différents réseaux sociaux
- Panorama des outils proposés par les réseaux sociaux pour les entreprises

3. Débuter avec LinkedIn

- Création et conseils pour son profil professionnel
- Création et conseils pour sa page d'entreprise

Équipe pédagogique

La formation sera assurée par Mme Julie BRUNIER titulaire d'un Master en Marketing et Communication à AUDENCIA Nantes - École Supérieure de Commerce de Nantes.

Julie BRUNIER donne également des cours de Marketing stratégique à l'École de Commerce et de Gestion de Bourg-en-Bresse et à l'IUT Lyon 1.

Modalités pratiques

- Durée totale : 4 heures
- Type de formation : formation en présentiel en interentreprises réalisée par petit groupe pour générer davantage d'interaction entre les stagiaires
- Coût : 320 € HT par stagiaire

Formation Réseaux sociaux_Module 2

Comment travailler son image professionnelle sur les réseaux sociaux ?

Objectifs

- Identifier sa présence en ligne et les outils pour l'améliorer
- Mettre en place une stratégie de contenu efficace sur les réseaux sociaux
- Mesurer l'impact de ses publications

Pour qui ?

Cette formation s'adresse entre autres aux :

- Dirigeants
- Responsables Commercial, commerciaux...
- Responsable communication.

Prérequis

Être familier avec l'usage des réseaux sociaux à titre professionnel. Idéalement, avoir suivi la session « Comment créer et animer un compte professionnel sur les réseaux sociaux ? »

Programme

Préambule

Quels sont les impacts du numérique sur le démarchage commercial ?

1. Mettre en place une stratégie de personal branding

- Qu'est-ce que le personal branding ?
- Comment évaluer sa présence en ligne ?
- Quelles sont les étapes à respecter et les erreurs à éviter ?

2. Mettre en place une stratégie de contenu

- Commencer par un calendrier éditorial
- Identifier les bonnes pratiques en matière de contenu.

3. La e-réputation

- Qu'est-ce que la e-réputation ?
- Quels sont les indicateurs de performance digitale ?
- Quels outils de mesure pouvons-nous utiliser ?

Équipe pédagogique

La formation sera assurée par Mme Julie BRUNIER titulaire d'un Master en Marketing et Communication à AUDENCIA Nantes - École Supérieure de Commerce de Nantes.

Julie BRUNIER donne également des cours de Marketing stratégique à l'École de Commerce et de Gestion de Bourg-en-Bresse et à l'IUT Lyon 1.

Modalités pratiques

- Durée totale : 4 heures
- Type de formation : formation en présentiel en interentreprises réalisée par petit groupe pour générer davantage d'interaction entre les stagiaires
- Coût : 320 € HT par stagiaire

Formation Digitale

Le démarchage commercial à l'ère du numérique

Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure d'adapter ses techniques commerciales aux nouveaux usages liés au numérique.

Pour qui ?

Cette formation s'adresse entre autres aux personnes en charge du développement commercial de l'entreprise :

- Dirigeant
- Responsable commercial,
- Chargé de développement.

Prérequis

Il est nécessaire de connaître le fonctionnement des réseaux sociaux, idéalement avoir suivi le module 1 de la formation Réseaux sociaux

Si l'entreprise dispose de comptes sur les réseaux sociaux, il est préférable que le stagiaire ait accès à ces comptes en tant qu'administrateur.

Programme

Cette formation est composée de 2 modules d'une demi-journée chacun.

Module 1 : Appréhender l'impact du numérique

Objectif : Comprendre les changements engendrés par l'arrivée du numérique dans le monde de l'entreprise

Durée : 4 heures

Module 2 : Quels changements pour le démarchage commercial

Objectif : Intégrer les réseaux sociaux et le content marketing dans sa démarche commerciale

Durée : 4 heures

Équipe pédagogique

La formation sera assurée par Mme Julie BRUNIER titulaire d'un Master en Marketing et Communication à AUDENCIA Nantes - École Supérieure de Commerce de Nantes.

Julie BRUNIER donne également des cours de Marketing stratégique à l'École de Commerce et de Gestion de Bourg-en-Bresse et à l'IUT Lyon 1.

Modalités pratiques

- Durée totale : 8 heures
- Type de formation : formation en présentiel en intra entreprise
- Coût : 640 € HT par stagiaire

Formation Digitale

Comment rédiger un contenu web impactant et favoriser le référencement de son site ?

Objectifs

- Formation ayant pour objectif l'apprentissage des techniques de web marketing et de référencement.
- A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de piloter son contenu de manière autonome sur le web et les réseaux sociaux

Pour qui ?

Cette formation s'adresse entre autres aux personnes en charge de la communication de l'entreprise :

- Dirigeant
- Responsable communication,
- Chargé de communication.

Prérequis

Aucun prérequis pédagogique.

Si l'entreprise dispose de comptes sur les réseaux sociaux, il est préférable que le stagiaire ait accès à ces comptes en tant qu'administrateur.

Programme

Cette formation est très opérationnelle puisque basée sur le site Internet de l'entreprise du stagiaire.

Elle est composée de 4 modules d'une demi-journée chacun.

Module 1 : Établir le diagnostic d'un site Internet existant

Objectif : Analyser son site Internet et le comparer à celui de ses concurrents

Durée : 4 heures

Module 2 : Définir les objectifs et enjeux d'un site Internet

Objectif : Définir quel rôle doit avoir le site Internet dans la stratégie de développement de l'entreprise

Durée : 4 heures

Module 3 : Concevoir une arborescence en adéquation avec ces objectifs et enjeux définis

Objectif : Définir le parcours client d'un utilisateur du site Internet

Durée : 4 heures

Module 4 : Rédiger un contenu clair, efficace et favorisant le référencement

Objectif : Comprendre les règles à respecter pour un référencement efficace.

Durée : 4 heures

Équipe pédagogique

La formation sera assurée par Mme Julie BRUNIER titulaire d'un Master en Marketing et Communication à AUDENCIA Nantes - École Supérieure de Commerce de Nantes.

Julie BRUNIER donne également des cours de Marketing stratégique à l'École de Commerce et de Gestion de Bourg-en-Bresse et à l'IUT Lyon 1.

Modalités pratiques

- Durée totale : 16 heures
- Type de formation : formation en présentiel en intra entreprise
- Coût : 1 280 € HT par stagiaire

Formation Marketing

Comment mettre en place une stratégie de développement adaptée à son marché ?

Objectifs

- Qualifier sa gamme de produits / services
- Connaitre et identifier les stratégies de développement possibles
- Mettre en place un plan d'actions stratégiques

Pour qui ?

Cette formation s'adresse entre autres aux personnes en charge de développement stratégique de l'entreprise :

- Dirigeant
- Responsable Commercial,
- Chargé de développement.

Prérequis

Aucun.

Programme

Module 1 : Diagnostic externe et interne de l'entreprise

Objectif : identifier les facteurs clé de succès du marché et les avantages concurrentiels de l'entreprise

Modèle théorique : Matrices Pestel et Forces de Porter

Durée : 2 jours

Module 2 : Analyse du portefeuille d'activité

Objectif : optimiser l'allotissement des ressources commerciales sur les différentes activités de l'entreprise

Modèle théorique : matrice BCG

Durée : 1 jour

Module 3 : Stratégies de croissance

Objectif : recommander des stratégies de croissance adaptées pour chaque activité

Modèle théorique : Ansoff

Durée : 1 jour

Équipe pédagogique

La formation sera assurée par Mme Julie BRUNIER titulaire d'un Master en Marketing et Communication à AUDENCIA Nantes - École Supérieure de Commerce de Nantes.

Julie BRUNIER donne également des cours de Marketing stratégique à l'École de Commerce et de Gestion de Bourg-en-Bresse et à l'IUT Lyon 1.

Modalités pratiques

- Durée totale : 28 heures – 4 jours
- Type de formation : formation en présentiel en intra entreprise
- Coût : 2 240 € HT par stagiaire

Organisation des formations

Équipe pédagogique

Les formations sont par Mme Julie BRUNIER titulaire d'un Master en Marketing et Communication à AUDENCIA Nantes - École Supérieure de Commerce de Nantes.

Julie BRUNIER donne également des cours de Marketing stratégique à l'École de Commerce et de Gestion de Bourg-en-Bresse et à l'IUT Lyon 1.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Application opérationnelle à l'entreprise
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Formulaire d'évaluation de la formation



CONTACT

• • •

contact@anura.fr

www.anura.fr

04 28 44 10 41