

INTÉGRER LES NOUVEAUTÉS DE CANVA ET META DANS SA COMMUNICATION DIGITALE



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Élaborer les objectifs et le message d'une campagne de communication
- . Sélectionner les supports de communication adaptés à la cible
- . identifier les nouvelles ressources proposées par canva pro
- . définir une stratégie éditoriale adaptée à son activité

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié d'entreprise qui souhaite intégrer les nouveautés de canva et meta dans sa communication digitale

PRE-REQUIS

Cette formation n'a pas de prérequis particuliers et ne nécessite pas de compétences particulières mais il est conseillé d'avoir des bases dans l'utilisation des réseaux sociaux. Un questionnaire de positionnement est prévu pour adapter les séquences pédagogiques aux besoins spécifiques de l'apprenant. Il peut être réalisé en ligne ou lors d'un entretien individuel.

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 3 jours pour une durée totale de 24 heures. La formation se déroule en présentiel, soit en individuel soit en collectif de 8 personnes maximum. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

MODALITES PEDAGOGIQUES

La méthode pédagogique utilisée dans cette formation se déroule avec une alternance d'écoute active, de pratique à l'oral et d'exercices pratiques. Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices...)

SUIVI ET EVALUATION

À la fin de la formation, il sera remis au stagiaire un certificat de réalisation de formation et des supports pédagogiques (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire d'une grille d'évaluation lors d'exercices pratiques réalisés. Le suivi post-formation est effectué de 3 à 6 mois lors d'un entretien.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de Fanny LE SAUX, diplômé en COMMUNICATION et MARKETING, et disposant de 15 ans d'expérience dans son domaine.



DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 24 h



Groupe : 8 personnes max



CONTACT

Fanny LE SAUX

06 95 15 82 41

laptitecomdefanny@gmail.com

CONTENU DE LA FORMATION

A ÉLABORER LES OBJECTIFS ET LE MESSAGE D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Identifier les objectifs de communication d'une campagne
Estimer le budget nécessaire pour une campagne de communication
Sélectionner les supports de communication adaptés à la cible
Comparer les outils de communication print et digitaux

B IDENTIFIER LES NOUVELLES RESSOURCES PROPOSÉES PAR CANVA PRO

Détourer ses images ou visuels avec le studio magique
Créer un projet pour ses produits ou service
Utiliser le catalogue d'ia de canva
Création de contenu dynamique et original en changeant plusieurs fois les paramètres

C DÉFINIR UNE STRATÉGIE ÉDITORIALE ADAPTÉE À SON ACTIVITÉ

Déterminer les objectifs de présence sur les réseaux sociaux.
Créer des contenus avec l'aide de l'intelligence artificielle
Construire un planning éditorial opérationnel
Programmer et analyser les publications avec meta business suite