

# CATALOGUE DES FORMATIONS

# 2016

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

TRAVAIL DE LA VOIX POUR LA PUB RADIO

MANAGEMENT

D'ÉVÉNEMENTS

PRISE DE PAROLE EN PUBLIC TRAINING

FACE CAMÉRA ÉVALUEZ VOS ACTIONS DE COMMUNICATION

MEDIA

COMMUNICATION EXTERNE

BLOGGING

E-MAILING

ET NEWSLETTER

# COMMUNICATION

RÉSEAUX COMMUNIQUER AVEC ASSERTIVITÉ

SOCIAUX ARGUMENTER EFFICACEMENT

COMMUNICATION

ET POLITIQUE

EUROPÉENNES

RÉDACTION WEB

RÉDIGEZ VITE ET BIEN

# WEB & MÉDIAS

COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE ET LES MÉDIAS

RÉFÉRENCEMENT

FILMER LINKEDIN

AVEC UN SMARTPHONE

STORYTELLING

COMMUNICATION INTERNE

COMMUNICATION  
ET MARKETING  
DU LUXE

GESTION DE LA RUMEUR

GOOGLE ANALYTICS

COMMUNICATION DE CRISE

MOBILE COPYWRITING

COMMUNICATION

DIGITALE

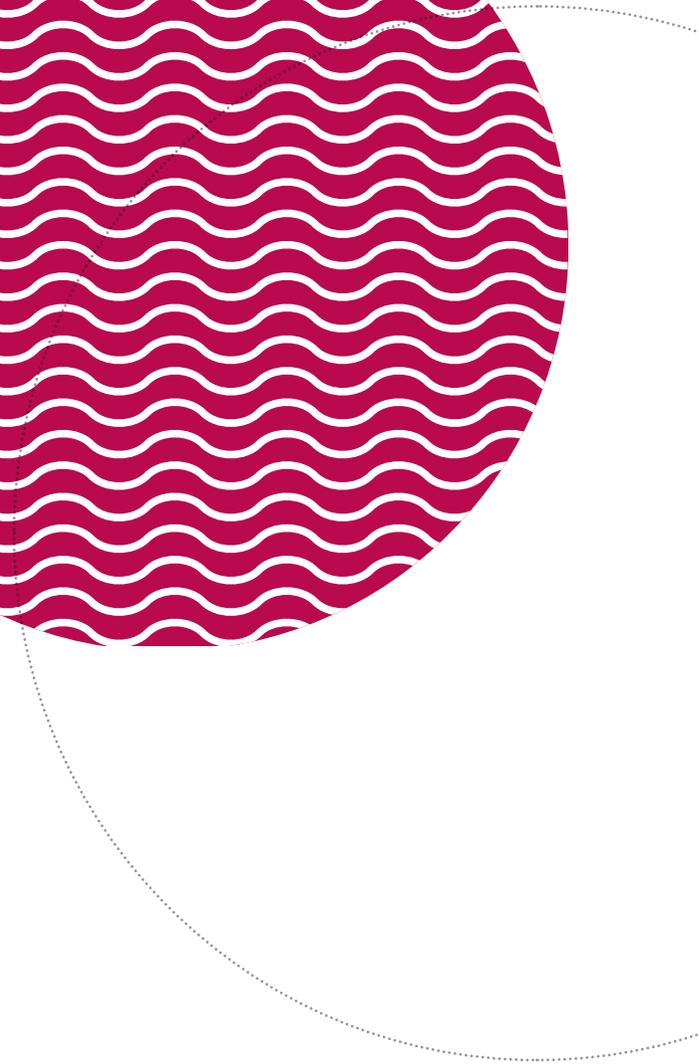
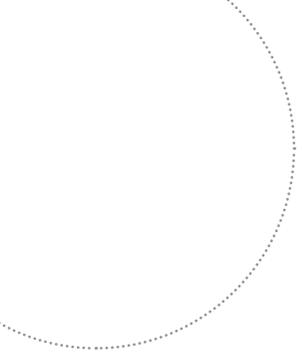
ET DROIT

ACADEMY

# IHECS

Journalism & Communication

L'AVENIR EST @PPRENDRE



# L'AVENIR EST @PPRENDRE...

« Cette expression s'est imposée comme une évidence au cœur du projet d'IHECS Academy. Une force du jeu des mots qui exprime la conviction profonde de toute notre équipe.

Parce que nous croyons que l'avenir de l'humanité passe aussi par l'éducation.

Parce que nous croyons que le développement d'une société plus juste et plus durable passe par la formation.

Parce que nous croyons que la formation continue est un espace unique d'échange, d'ouverture, de découverte qui permet à chacun d'entre nous de se construire.

Parce que nous croyons que la formation libère les hommes et les femmes et les pousse à prendre leur destin en main.

Parce que nous croyons que le champ des « sciences de la communication » se façonne, jour après jour, avec vous, pour ériger des ponts entre les hommes.

Voilà notre credo, voilà notre raison d'être.

Voilà notre projet pédagogique. Voilà pourquoi chaque formation que vous découvrirez dans ce catalogue s'articule autant autour de l'action et du partage d'expériences que des savoirs.

Parce qu'aujourd'hui le savoir ne suffit plus.

Parce que le savoir-faire d'aujourd'hui ne sera pas celui de demain.

Parce qu'il est illusoire de savoir être sans savoir devenir.



L'avenir est @pprendre. C'est notre conviction, mais c'est aussi notre promesse, de travailler chaque jour pour vous proposer plus que des formations.

Bonne découverte... >>

**LAURE ENGLEBERT**  
**DIRECTRICE IHECS ACADEMY**

## QUI SOMMES-NOUS?

IHECS Academy est le centre de formation continue adossé à l'Institut des Hautes Études des Communications Sociales de Bruxelles (IHECS). IHECS Academy propose des modules de formation continue donnés en cours du jour ou en horaire décalé (soirées et samedi matin) dans quatre secteurs-clés :

communication – web & médias – journalisme – communication européenne.  
IHECS Academy participe résolument au progrès social, économique et culturel de la société, fidèle à sa mission de former aussi bien la relève que les professionnels actifs. Nos formateurs connaissent bien la réalité du terrain. Nos méthodes sont innovantes. Nos horaires sont flexibles et s'ajustent aux réalités du monde du travail.

## NOTRE PUBLIC

Nos formations s'adressent aux personnes qui souhaitent:

### Se spécialiser

- Se recycler, mettre à jour leurs connaissances, s'ouvrir à l'actualité scientifique, professionnelle et technique en matière de médias et de communication.
- Actualiser leurs connaissances et leurs compétences en matière de médias et de communication, en fonction des nouveaux concepts et des nouvelles théories et pratiques.

### Se réorienter

- Se préparer rapidement et efficacement à la vie active dans un autre secteur que le leur.
- Prendre du recul par rapport à leurs activités professionnelles actuelles.
- Répondre à une nécessité personnelle d'adaptation.

### Augmenter leur employabilité

- Améliorer leurs chances de recrutement.
- Viser une promotion.
- Se préparer à prendre de nouvelles responsabilités.

## NOS POINTS FORTS

IHECS Academy propose des formations dans le secteur des médias et de la communication. Nos espaces d'apprentissage sont résolument centrés sur le concret, sur la pratique, sur les réalités professionnelles. Cette approche intégrée soutient le développement de votre activité.

### Nous faire confiance, c'est :

- avoir accès à un large catalogue de formations.
- bénéficier d'un service de conseil pour votre formation sur mesure.
- être formé et coaché par des professionnels de terrain.
- disposer d'un matériel à la pointe de la technologie.
- participer à des ateliers de travail en petits groupes, centrés sur la pratique.
- suivre un parcours de formation, de l'initiation au perfectionnement.
- opter pour la souplesse des horaires, du lieu et du contenu de la formation.

## NOS TYPES DE CERTIFICATION

En fonction de la durée de la formation, IHECS Academy délivre:

### • Soit une **attestation de participation**

Délivrée pour des sessions courtes ou des séminaires, attestant d'un engagement ou d'une participation active.

### • Soit un **certificat**

IHECS Academy reconnaît ici la qualité de la formation, la participation active du bénéficiaire et la réussite d'une épreuve d'évaluation individuelle (rapport, projet, travail d'intégration, examen, etc.). Le certificat est assorti de l'octroi de crédits ECTS, valorisables dans les cursus académiques en Communauté française et, le cas échéant, à l'étranger (art. 20 du Décret du 31 mars 2004).

# NOS FORMATIONS SUR MESURE

**LE CATALOGUE PRÉSENTE UNE OFFRE DE FORMATION DÉTAILLÉE QUI PEUT ÊTRE AJUSTÉE À VOS BESOINS.**

A partir de 6 collaborateurs, mieux vaut opter pour un dispositif de formation sur mesure qui vous permettra d'adapter une formation à vos enjeux et objectifs dans le cadre d'un budget optimisé. Pour les groupes plus restreints, nous pouvons organiser la formation sous forme de coaching.

Les coachings peuvent également être conçus spécifiquement par des spécialistes pour répondre à vos besoins en communication.

## **QUELS EN SONT LES AVANTAGES?**

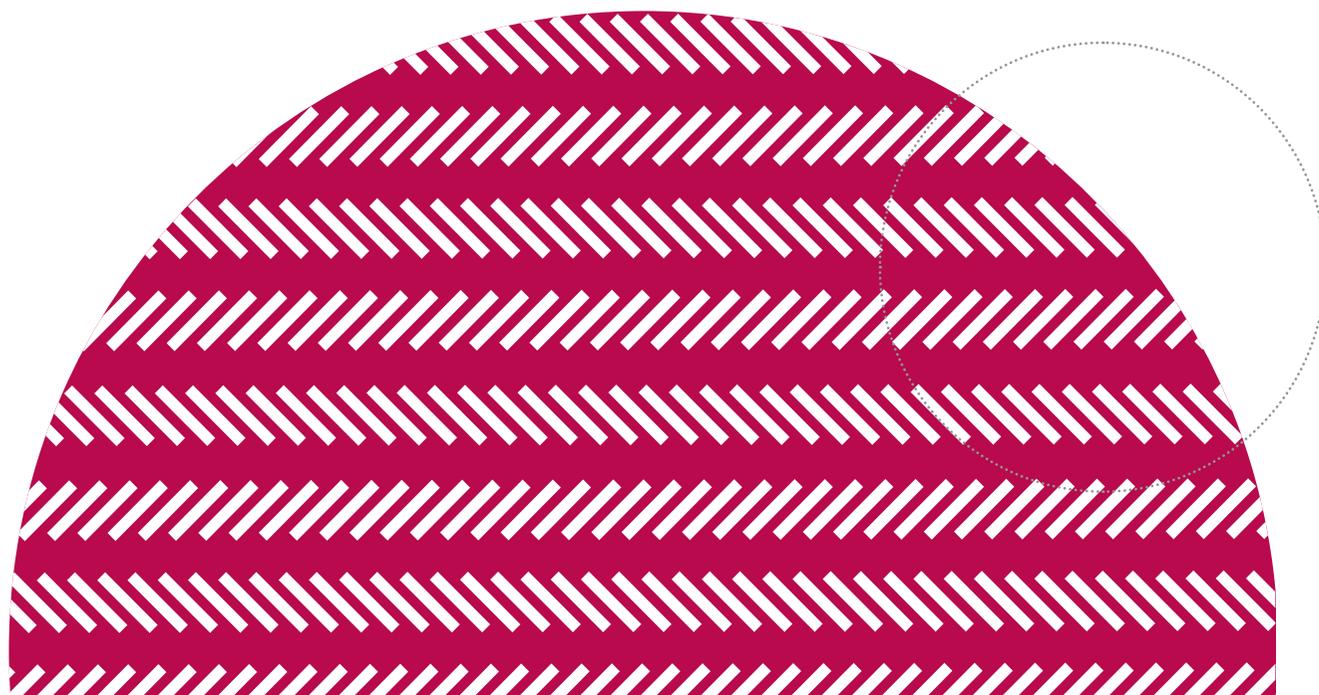
- L'élaboration d'un programme tenant compte de la stratégie générale de votre organisation, des compétences de vos équipes et de votre réalité opérationnelle.
- Un système d'évaluation des connaissances pré et post formation qui balise votre parcours d'apprentissage.
- Les formations sont réalisées dans notre centre ou dans vos bâtiments.

## **NOUS VOUS ACCOMPAGNONS DÈS LE PREMIER CONTACT:**

Dans les 48 heures suivant votre demande, un de nos conseillers pédagogiques vous contactera:

- pour comprendre vos motivations et l'origine de la demande.
- pour définir votre besoin générique et les contraintes organisationnelles, matérielles, temporelles avec lesquelles le plan de formation devra se dérouler.
- pour préciser le profil des participants, leurs attentes professionnelles et les compétences spécifiques dont ils ont besoin.

Notre conseiller vous suivra tout au long de votre projet de formation. Il sera donc votre interlocuteur privilégié durant chacune des étapes du processus de formation. C'est lui qui rédigera avec vous le programme dans une logique participative. Dans notre briefing, il cherchera à comprendre les éléments clés qui lui permettront de faire une analyse détaillée de vos besoins et d'avoir une connaissance précise du contexte dans lequel la demande s'inscrit.

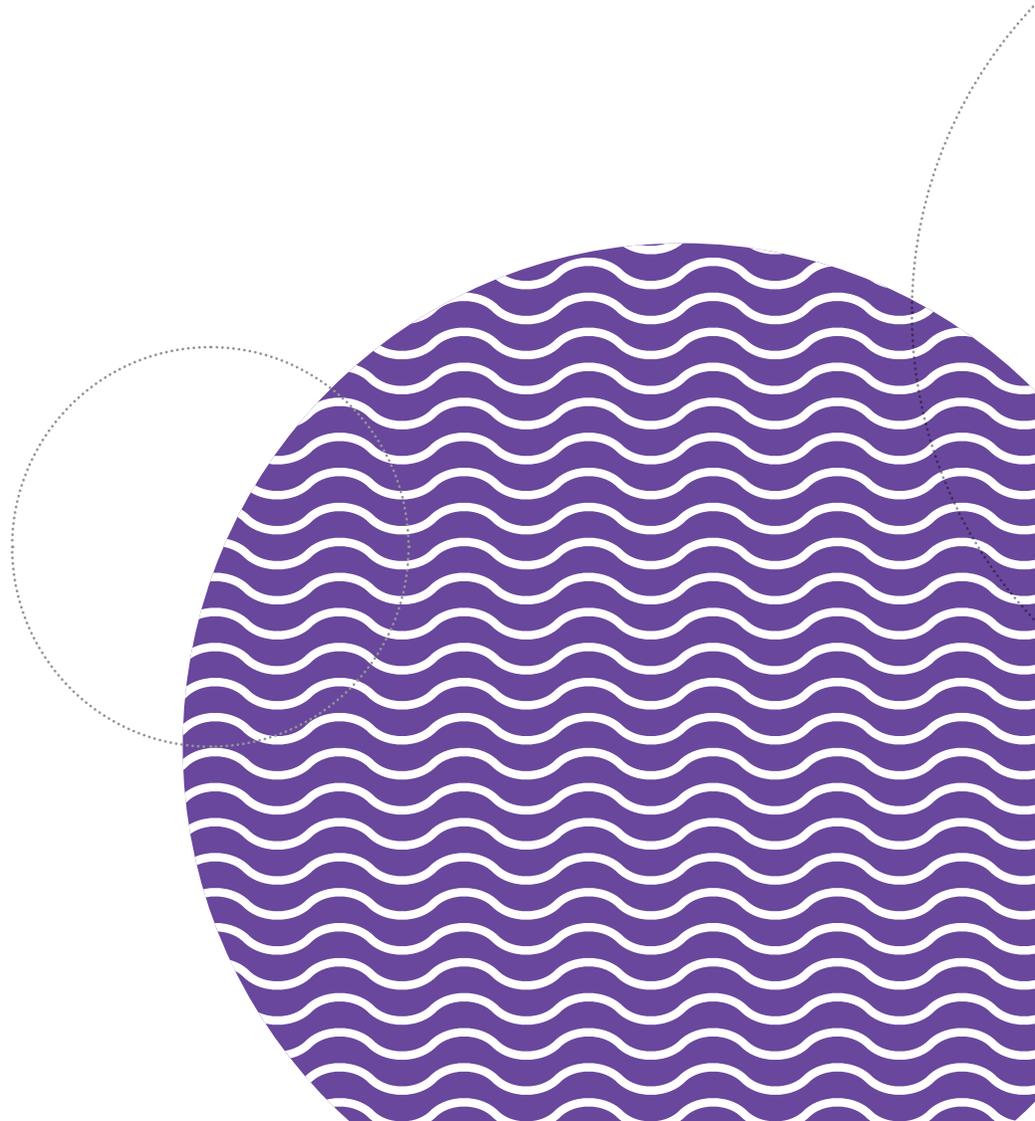


# FORMATIONS EN COMMUNICATION

NOM DE LA FORMATION	DURÉE	PAGE
<b>FORMATIONS COURTES</b>		
Argumenter efficacement	15H00	10
Communication de crise	14H00	10
Communication externe	21H00	11
Communication interne	28H00	11
Communiquer avec assertivité	14H00	12
Communiquer avec la presse et les médias	14H00	12
Évaluez vos actions de communication	6H00	13
Gestion de la rumeur	10H00	13
Pratique du communiqué de presse	7H30	14
Prise de parole en public	14H00	14
Rédiger vite et bien	17H00	15
Storytelling	9H00	15
Stratégie de communication	7H00	16
Média training - animer un débat	9H00	17
Média training - communication politique	14H00	18
Média training - face caméra	7H00	18
Média training - interview	9H00	19
Média training - situation de crise	7H00	19
<b>FORMATIONS LONGUES (CERTIFICATS)</b>		
Communication et marketing du luxe	87H00	20
Stratégie de communication des organisations	63H00	21
<b>EXECUTIVE MASTERS</b>		
Communication et politique européennes	340H00	22
Management d'événements	290H00	23

# FORMATIONS EN WEB & MÉDIAS

NOM DE LA FORMATION	DURÉE	PAGE
<b>FORMATIONS COURTES</b>		
Communication digitale et droit	14H00	26
Community management	35H00	26
Créer et animer un blog influent	14H00	27
E-mailing et newsletter	9H00	27
Mesurer et analyser la fréquentation de son site (Google Analytics)	9H00	28
Mobile copywriting	10H30	28
Rédaction et communication pour le web	15H00	29
Réussir son référencement	12H00	29
Stratégie opérationnelle sur les réseaux sociaux	14H00	30
<b>FORMATION LONGUE (CERTIFICAT)</b>		
Communication web	87H00	31
<b>LUNCHS INTERACTIFS</b>		
Twitter	7H30	32
LinkedIn	7H30	32
Facebook	7H30	33
<b>EXECUTIVE MASTERS</b>		
Communication digitale	300H00	34





# FORMATIONS EN COMMUNICATION

# FORMATIONS COURTES

## ARGUMENTER EFFICACEMENT

*Comment être persuasif devant ses interlocuteurs?*

La persuasion : cela s'apprend et s'exerce. Que l'on soit médecin ou dirigeant d'entreprise, artisan, enseignant ou encore journaliste, nous en avons tous besoin en permanence. S'engager sans outils dans l'espace du discours, vouloir débattre sans méthode, c'est bien souvent mener un combat perdu d'avance. Aujourd'hui comme hier, il est essentiel, sinon vital, de savoir défendre avec efficacité son point de vue et ses idées. Entre théorie et pratique, cette formation a pour but de transmettre des techniques pour améliorer votre compétence argumentative et votre pouvoir de persuasion. À travers une série d'exercices individuels et collectifs, vous ferez l'expérience des nombreuses méthodes de l'art rhétorique qui, depuis l'Antiquité, ont fait leurs preuves.

### OBJECTIFS

1. Exercer votre créativité
2. Améliorer sa force de persuasion
3. Apprendre à s'appuyer sur les arguments adverses
4. Structurer votre argumentation

### DURÉE

15h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chef d'entreprise, mandataire politique, porteur de projet, chargé de communication, responsable des ressources humaines, profession libérale, enseignant, journaliste.

### EGALEMENT SUR MESURE

## COMMUNICATION DE CRISE

*Avez-vous anticipé toutes les crises possibles?*

Licenciements, accidents, bad buzz, rumeurs : des situations qui nous sont familières car les médias en font rapidement leurs choux gras. Lorsque cela touche notre entreprise, comment y faire face et limiter les dommages au niveau de l'image en interne et en externe? Comment maintenir une communication positive transparente et pérenne? Anticiper, prévoir et préparer seront les maîtres-mots de votre stratégie de communication de crise.

### OBJECTIFS

1. Détecter les facteurs de crises potentielles inhérents à toute organisation
2. Constituer une équipe de crise et préciser le rôle de chaque partie prenante et en particulier de la communication
3. Choisir la bonne stratégie de communication en fonction de la situation

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chef d'entreprise, dirigeant, manager, responsable de la communication, attaché de presse, porte-parole, mandataire politique ou toute personne amenée à s'exprimer à la radio, à la télévision, sur le web et/ou en presse écrite.

### EGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## COMMUNICATION EXTERNE

*Comment développer une communication externe professionnelle et efficace?*

De nos jours, la communication externe ne s'improvise plus. Chaque organisme tente de tirer son épingle du jeu pour informer ou attirer l'attention de ses cibles externes. Dans cette « cacophonie communicationnelle », il faut maîtriser toutes les techniques de communication externe - de la stratégie à l'évaluation de ses actions - pour donner la meilleure image et le plus de visibilité possible à son organisme.

### OBJECTIFS

1. Connaître les différents types de communication externe
2. Elaborer une stratégie de communication externe et évaluer ses actions
3. Utiliser les outils de communication « offline » et « online »
4. Évaluer les actions de communication

#### DURÉE

21h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Toute personne chargée de la communication externe au sein d'un organisme.

#### EGALEMENT SUR MESURE

## COMMUNICATION INTERNE

*Comment informer mais aussi convaincre vos collaborateurs?*

La communication interne est le socle indispensable au bon fonctionnement de tout organisme. En dépendent l'efficacité et la valorisation du travail fourni par tous. Une bonne communication interne, c'est une relation de confiance entre les différents maillons hiérarchiques, une motivation constante de ses différents éléments, une productivité accrue, mais aussi un respect mutuel et un investissement rentable. En quatre jours étalés sur 1 mois, vous revisiterez les indispensables de la communication interne.

### OBJECTIFS

1. Construire et mettre en place une stratégie de communication interne intégrée à la stratégie de communication globale de son organisation
2. Aborder un projet de communication interne relativement complexe (crise, change management, etc.)
3. Identifier les principaux outils et techniques de communication interne et comprendre leur logique
4. Distinguer les différentes méthodes d'évaluation et d'analyse de la communication interne

#### DURÉE

28h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Responsable de communication interne, directeur des ressources humaines, plus largement toute personne en charge d'optimiser la communication interne et la gestion des ressources humaines au sein de son entreprise, de son administration, de son organisation ou de son département.

#### EGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## COMMUNIQUER AVEC ASSERTIVITÉ

*Comment communiquer dans le respect de soi et des autres?*

Votre communication verbale est parfois maladroite. Il est difficile de gérer vos relations et réactions vis-à-vis d'autrui. Chez certains cela provoque le mutisme, chez d'autres cela fait ressortir une forme d'agressivité, voire de frustration. Comment exprimer votre point de vue et défendre vos opinions tout en respectant celles de vos interlocuteurs? Comment faire passer des messages difficiles? Simulations, témoignages et mise en situation vous permettront de tester en direct les outils proposés dans cette formation.

### OBJECTIFS

1. Définir et clarifier les fondamentaux de la communication
2. Se connaître mieux et mieux connaître l'autre dans sa façon de communiquer
3. Instaurer des relations saines dans la durée
4. Identifier les conditions d'une communication efficace et assertive

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Toute personne désireuse d'améliorer sa communication, de gagner en aisance dans ses contacts au quotidien et d'être plus performante en situation professionnelle.

### EGALEMENT SUR MESURE

## COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE ET LES MÉDIAS

*Comment être relayé dans les médias?*

La presse parle de vous. Les relations avec la presse sont la clé pour atteindre votre public cible et, bien utilisées, elles deviennent rapidement un outil très puissant. Comment choisir, créer et surtout entretenir ces relations? Comment attiser la curiosité des médias? La connaissance du secteur médiatique et de son fonctionnement est la condition sine qua non pour obtenir les retombées médiatiques souhaitées!

### OBJECTIFS

1. Adapter son message et son discours à la spécificité de chaque média (presse écrite, radio, TV ou internet)
2. Contacter le bon journaliste en appréhendant correctement ses contraintes et ses limites
3. Savoir rédiger de manière efficace des communiqués de presse et organiser des conférences de presse
4. Évaluer les retombées d'une action médiatique
5. Se préparer à répondre à une interview

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chef d'entreprise, dirigeant, manager, responsable de la communication, attaché de presse, porte-parole, mandataire politique ou toute personne amenée à s'exprimer à la radio, à la télévision, sur le web, et/ou en presse écrite.

### EGALEMENT SUR MESURE

## ÉVALUEZ VOS ACTIONS DE COMMUNICATION

*Comment optimiser votre stratégie au quotidien?*

L'évaluation des actions de communication est souvent reléguée au second plan. Or, cette évaluation est déterminante pour juger de l'efficacité des actions menées. Elle est donc indissociable de la stratégie de communication. Cette formation vous permettra de déterminer avec précision les critères d'évaluation correspondant à votre plan de communication et de les appliquer à vos propres supports.

### OBJECTIFS

1. Évaluer vos supports et actions de communication
2. Identifier les pistes concrètes d'amélioration
3. Améliorer vos actions de communication

#### DURÉE

6h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Indépendant, employé ou dirigeant en charge de la communication de son activité ou organisme, chargé de communication interne et/ou externe.

#### EGALEMENT SUR MESURE

## GESTION DE LA RUMEUR

*Pourquoi et comment gérer les rumeurs, ragots et autres bruits qui courent à propos de votre organisation ou de vos collaborateurs?*

Toutes les organisations seront un jour confrontées à des rumeurs qui envahiront leurs couloirs, e-mails et réseaux sociaux et qui auront un impact négatif sur leurs collaborateurs, leur image et même leur chiffre d'affaires. Vous voulez vous préparer à gérer ces bruits pour limiter leurs dégâts ou encore en tirer profit?

### OBJECTIFS

1. Comprendre les rumeurs, les ragots, les légendes urbaines et connaître leurs impacts sur l'organisation
2. Appréhender les risques d'une mauvaise communication sur le sujet
3. Développer des stratégies adaptées à chaque situation et à chaque organisation

#### DURÉE

10h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Chef d'entreprise, chargé de communication interne et/ou externe ou encore responsable des ressources humaines.

#### EGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## PRATIQUE DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE

*Comment rédiger des communiqués de presse pour qu'ils soient lus?*

La majorité des communiqués de presse passe à coté de ses objectifs. Aussi importante soit l'information à transmettre, les mots et les arguments utilisés doivent toujours être taillés à la mesure du public visé. La production écrite des participants sera largement exploitée durant cet atelier. L'analyse de celle-ci servira de point de départ théorique. C'est pourquoi les participants seront invités à envoyer préalablement leurs communiqués.

La seconde partie de l'atelier laissera place à la pratique intensive des principes fondamentaux de l'argumentation dans le contexte spécifique du communiqué de presse.

### OBJECTIFS

1. Comprendre les principes de base d'une argumentation efficace
2. Analyser et évaluer ses propres compétences de rédaction
3. Rédiger des communiqués de presse pour qu'ils soient lus

### DURÉE

7h30

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chef d'entreprise, chargé de communication, profession libérale, journaliste.

### EGALEMENT SUR MESURE

## PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

*Comment devenir un bon orateur?*

Au cours d'une vie professionnelle, nombreuses sont les fois où l'on est amené à s'exprimer en public. Pour beaucoup, il s'agit d'un exercice redouté qui s'accompagne d'un stress intense. Comment faire pour que ces prises de parole soient à la hauteur de vos attentes? En travaillant sur la cohérence entre le verbal et le non-verbal, vous développerez votre capacité à adapter votre message et à dépasser vos peurs. Cette formation vous amènera à prendre réellement conscience de votre potentialité d'expression et à la maîtriser, quelle que soit la situation.

### OBJECTIFS

1. Identifier les besoins du public
2. Comprendre et utiliser le langage informatif
3. Enrichir le contenu de ses interventions en les rendant plus vivantes
4. Mieux utiliser votre corps et votre voix
5. Maîtriser votre trac
6. Gérer des oppositions qui peuvent survenir lors des réunions ou conférences, face à un public ou face à un journaliste en situation d'interview

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Toute personne amenée à prendre la parole en public, lors de réunions, de conférences, à animer un débat, à répondre aux interviews.

### EGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## RÉDIGER VITE ET BIEN

*Comment rédiger efficacement?*

Ecrire de façon concise, claire et percutante n'est pas toujours aisé lorsqu'il s'agit d'un écrit professionnel. Comment capter l'attention du lecteur, susciter une réaction et s'assurer de la perception du message?

En alliant pratique et méthodologie, cette formation vous fournira les techniques et astuces pour apporter structure, lisibilité et style, véritables vecteurs d'efficacité pour vos écrits.

### OBJECTIFS

1. Acquérir une méthode de rédaction en 7 étapes pour rédiger de manière rapide et sûre
2. Maîtriser les techniques de communication permettant d'élaborer et de rédiger des documents clairs auxquels on a envie de répondre
3. Apprendre à évaluer ses propres écrits, dans la peau du lecteur
4. Contribuer ainsi à une meilleure communication écrite, interne et externe, au sein de son organisation

#### DURÉE

17h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Toute personne rédigeant occasionnellement ou régulièrement des écrits professionnels : courriers, mailings, rapports, offres, notes de synthèse, comptes-rendus de réunions, pages web, articles, etc.

#### EGALEMENT SUR MESURE

## STORYTELLING

*Comment raconter son projet d'entreprise?*

Le storytelling est l'art de communiquer de manière séduisante en racontant une histoire. Il s'agit d'une méthode largement utilisée dans les domaines du marketing, de la communication et du management. Il s'agit d'utiliser les procédés narratifs pour capter l'attention et susciter l'adhésion du public. L'histoire de l'entreprise n'est-elle pas souvent plus grande que l'entreprise elle-même? Quelle que soit votre cible, cette formation vous fournira les méthodes pour aller chercher l'empathie et pour capter l'intérêt de votre public.

### OBJECTIFS

1. Présenter autrement son entreprise
2. Se raconter
3. Attirer la presse, les clients, les talents, tous ceux qui pourront faire grandir votre entreprise

#### DURÉE

9h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Toute personne qui dirige, crée ou s'occupe de la communication d'une entreprise ou organisation.

#### EGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION

*Comment formuler correctement une stratégie?*

De nos jours, une stratégie de communication ne s'improvise plus. Chaque organisme tente de tirer son épingle du jeu pour informer ou attirer l'attention de ses cibles. Dans cette « cacophonie communicationnelle », la formulation d'objectifs clairs, précis, associés à des KPI's (indicateurs de performance) efficaces est un exercice difficile. Une bonne réflexion stratégique est la base de tout projet de communication réussi.

### OBJECTIFS

1. Différencier objectifs stratégiques et objectifs opérationnels
2. Formuler et écrire des objectifs stratégiques de communication SMART (Simple, Mesurable, Appliquable, Réaliste et Temporel)
3. Vérifier l'adéquation des objectifs de communication à la stratégie globale de l'organisation
4. Lier des KPI's performants aux objectifs stratégiques

#### **DURÉE**

7h00

#### **TYPE D'ATTESTATION**

Attestation de participation

#### **PUBLIC CIBLE**

Responsable de communication, chargé de communication, chargé de projet en charge de l'élaboration de la stratégie de communication

#### **EGALEMENT SUR MESURE**

## MÉDIA TRAINING

Le média training est un coaching intensif et sur mesure face caméra. Vous serez encadré par un coach, spécialiste du domaine, et d'un caméraman. Ce coaching est conçu pour s'adapter à votre réalité professionnelle.

### EQUIPEMENT PROFESSIONNEL

Pour cet accompagnement, l'IHECS met à disposition ses équipements professionnels de télévision : plateaux, régies, cellules de montage, etc.

### MÉTHODE

Vous réaliserez de nombreux exercices face caméra, dans les conditions réelles d'une interview télévisée sur plateau: jeux de rôle, mises en situation, exercices d'improvisation, simulations de situations sensibles ou conflictuelles, etc.

1. Animer un débat
2. Communication politique
3. Face caméra
4. Interview
5. Situation de crise

## MÉDIA TRAINING - ANIMER UN DÉBAT

*Comment mener un débat professionnel?*

Savoir mobiliser l'attention, stimuler la réflexion du public et orchestrer les orateurs est un art que tout bon modérateur se doit de maîtriser. Son rôle est multiple : il doit pousser les orateurs à s'exprimer et à éviter la langue de bois. Tout en gérant le temps de parole, il doit s'assurer que l'auditoire soit passionné. A même de poser des questions de relance pertinentes, le modérateur est le gardien de l'ouverture, de la synthèse et de la conclusion du débat.

### OBJECTIFS

1. Acquérir et appliquer les techniques-clés pour assurer le bon déroulement du débat, telles que la gestion du temps de parole et le découpage en séquences
2. Introduire la discussion, synthétiser les propos et conclure le débat
3. Assurer les transitions entre les différentes interventions
4. Gérer les situations difficiles

### DURÉE

9h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Manager, attaché de presse, porte-parole, mandataire politique et toute personne amenée à s'exprimer à la radio, à la télévision, sur le web, et/ou en presse écrite.

### UNIQUEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## MÉDIA TRAINING - COMMUNICATION POLITIQUE

*Comment se démarquer sur la scène politique?*

Échevin, bourgmestre, parlementaire: vos projets politiques méritent une présentation irréprochable. S'exprimer devant les médias, devant des pairs ou devant une assemblée, tout en évitant la langue de bois et en restant concret, voilà les défis que nous vous proposons de relever. Cette formation vous placera dans différentes situations de prise de parole que vous pourriez rencontrer au long de votre carrière et que le formateur vous apprendra à maîtriser.

### OBJECTIFS

1. Présenter votre programme
2. Gérer une audience hostile
3. Répondre aux questions difficiles et/ou inattendues

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Échevin, bourgmestre, parlementaire, porte-parole ou tout autre personnalité politique.

### UNIQUEMENT SUR MESURE

## MÉDIA TRAINING - FACE CAMÉRA

*Comment se sentir à l'aise face à la caméra?*

Dans l'ère de l'audiovisuel que nous connaissons, les passages face caméra sont de plus en plus courants, et avec eux, les risques de bad buzz! Maîtriser ce mode de communication et conjurer le stress, cela ne s'improvise pas! Il est donc important d'acquérir une bonne capacité de gestion de son image et de son message.

En travaillant avec des journalistes de télévision, vous serez mis en conditions réelles au cours de nombreux exercices qui vous permettront d'appliquer en direct les méthodes et conseils du formateur.

### OBJECTIFS

1. Conjuner le stress du face à face avec le journaliste
2. Déjouer les pièges de communication : attitude défensive, trac, nervosité, défauts de posture, tics de langage, etc.
3. Apprendre à répondre aux questions sensibles

### DURÉE

7h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chef d'entreprise, manager, responsable de la communication, attaché de presse, mandataire politique ou toute personne amenée à s'exprimer à la télévision.

### UNIQUEMENT SUR MESURE

## MÉDIA TRAINING - INTERVIEW

*Comment devenir un bon orateur?*

Nous ne maîtrisons pas le déroulement d'une interview. Une question délicate, un sujet sensible peuvent rapidement déstabiliser l'orateur. Or, il est important de pouvoir rapidement rebondir et optimiser le temps de parole que les journalistes nous accordent.

Cette formation vous offre la possibilité de vous familiariser avec les techniques de l'interview pour délivrer au mieux votre message.

### OBJECTIFS

1. Connaître les pratiques des journalistes et les règles de fonctionnement des médias
2. Connaître les différences d'écriture entre les différents médias
3. Apprendre à structurer son message, de manière claire, précise, concise et percutante

#### DURÉE

9h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Toute personne amenée à prendre la parole en public, lors de réunions, de conférences, à animer un débat, à répondre aux interviews.

#### UNIQUEMENT SUR MESURE

## MÉDIA TRAINING - SITUATION DE CRISE

*Comment gérer une situation de crise face aux médias?*

En cas de crise, vous serez face à la caméra. Les médias sont à l'affût de vos réactions et vous devez être à même de leur faire face presque instantanément. Questions difficiles, journalistes aux aguets, opinion publique mitigée: mieux vaut avoir anticipé le pire! Comment réagir de manière appropriée dans ce type de situation d'urgence? Comment réussir à préserver l'image de votre organisation? Cette formation vous prépare, par le biais d'exercices et de simulations, à reconnaître et à anticiper une crise, à gérer le dialogue avec les médias, à connaître le fonctionnement des journalistes et à déjouer leurs pièges.

### OBJECTIFS

1. Comprendre le fonctionnement des médias en situation de crise
2. Déjouer les pièges de l'interview
3. Faire passer des messages-clés et créer un impact

#### DURÉE

7h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Responsable d'entreprise, d'organisme public, social, associatif, mandataire politique, porte-parole ou toute personne susceptible de s'exprimer dans les médias.

#### UNIQUEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS LONGUES

## COMMUNICATION ET MARKETING DU LUXE

*Comment mettre en place des campagnes spécifiques aux produits et services haut de gamme?*

Le luxe est un marché spécifique en constante expansion (MacKinsey prévoit que les ventes en ligne de produits de luxe devraient doubler d'ici 2020). Celui-ci nécessite une approche particulière et l'utilisation de méthodes de communication et de codes spécifiques. La formation se veut théorique mais également très pratique via un enseignement centré sur l'analyse de cas récents, sur des témoignages de professionnels et sur des réalisations concrètes.

Le programme sera organisé en sept modules abordant les spécificités d'une distribution sélective et haut de gamme en termes de marketing et de communication. Les enjeux du support digital et du développement durable seront notamment abordés.

Après une mise en contexte historique, sociologique et technique sur le luxe, la formation s'axera surtout sur l'approche particulière que représente le « haut de gamme », le « luxe accessible » afin de « penser sa marque autrement ».

### OBJECTIFS

1. Appréhender le marché du luxe comme un système dynamique et interactif
2. Détecter et analyser les spécificités du marché haut de gamme
3. Identifier les tendances du marché haut de gamme
4. Concevoir et de mettre en œuvre un plan de communication et de marketing spécifique aux produits et services haut de gamme
5. Identifier et caractériser les publics spécifiques au marché du luxe
6. Choisir le média mis en cohérence avec ses objectifs marketing
7. Identifier les influenceurs (presse spécialisée, blogueurs, etc.) spécifiques à ce marché

### CONTENU DE LA FORMATION

1. Il était une fois le luxe
2. Spécificités du marché haut-de-gamme
3. Qui achète le haut de gamme?
4. Fidéliser en offrant le meilleur
5. La stratégie de communication interne
6. Une communication de masse sélective
7. Le dilemme d'internet

Cette formation inclut également trois soirées «témoignage» de professionnels du secteur.

#### DURÉE

87h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Certificat

#### PUBLIC CIBLE

Diplômé de l'enseignement supérieur en communication et/ou marketing, titulaire d'un diplôme de l'enseignement supérieur qui peut justifier un minimum de 3 ans d'expérience en communication et/ou marketing.

Pour les autres candidats, l'admission se fera sur base d'un dossier.

#### EGALEMENT SUR MESURE

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

*Comment l'intelligence collective prépare-t-elle l'organisation de demain?*

Vous désirez vous réorienter vers la communication ou revoir vos acquis? Ce certificat s'adresse à vous. Le programme recouvre et renouève les fondamentaux de la communication des organisations en y intégrant les stratégies et outils de l'intelligence collective.

Si l'organisation veut évoluer et faire face aux défis actuels, elle doit pouvoir se nourrir de toutes ses formes d'intelligence des individus qui gravitent dans et autour de l'organisation et ce via les différents vecteurs de communication. L'approche proposée ici est donc systémique c'est-à-dire qu'elle tiendra compte du contexte, des acteurs, des dynamiques de communication et des ressources disponibles.

Dans un environnement social, culturel, économique et technologique en changement constant, la communication de l'organisation est un enjeu majeur que nous vous aiderons à maîtriser.

### OBJECTIFS

1. Maîtriser les stratégies et outils de communication des organisations (entreprises, ONG et services publics)
2. Déterminer les objectifs et les défis de communication interne et externe
3. Gérer le flux d'informations et de la connaissances en organisation (knowledge management)
4. Mobiliser les acteurs internes à l'organisation autour d'un projet commun de communication
5. Identifier et tenir compte des besoins et contraintes des acteurs externes (médias, clients et parties prenantes)
6. Maîtriser les différentes approches collaboratives en communication des organisations

### CONTENU DE LA FORMATION

1. Introduction : les nouvelles organisations et l'intelligence collaborative
2. Gestion du flux d'informations et de la connaissance dans l'organisation (knowledge management)
3. La communication interne au coeur des organisations
4. La stratégie de communication interne
5. L'équipe de communication interne et l'évaluation de la communication interne
6. Outils et médias de communication interne
7. Communication web et environnement collaboratif (open space technology, world café, yammer, etc.)
8. La stratégie de communication externe
9. Les 8 grands types de communication externe
10. Les canaux de communication externe collaboratifs
11. Etudes de cas: des actions de communication externe collaboratives
12. Atelier: passez au collaboratif
13. Diversité de l'organisation et impact sur la communication (générations, cultures, religions, métiers)
14. Motivation en entreprise, l'art de communiquer
15. Analyse et résolution de problèmes en communication

#### DURÉE

63h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Certificat

#### PUBLIC CIBLE

Toute personne en transition professionnelle vers les métiers de la communication, responsable de communication qui souhaite mettre à jour ses connaissances et qui est intéressée par les métiers de la communication.

#### ÉGALEMENT SUR MESURE

# EXECUTIVE MASTER

## COMMUNICATION ET POLITIQUE EUROPÉENNES

*Comment rédiger et implémenter une stratégie de communication européenne?*

L'Union européenne impacte plus que jamais notre vie de tous les jours. Bruxelles, capitale de l'Union européenne, rassemble les institutions officielles, mais aussi une multitude d'organismes d'influence, de communication, des cabinets d'étude et des agences liées à la prise de décision européenne.

Pour répondre aux besoins de ces structures, cette formation spécialisée en Communication et Politique Européennes combine l'apprentissage théorique sur le fonctionnement institutionnel et l'apprentissage des outils de communication stratégique, avec application pratique dans une approche d'enrichissement mutuel. La combinaison des mondes académiques et professionnels en font un véritable laboratoire de réflexion, d'action et d'innovation pour la pratique de la communication européenne.

Répartie sur 340 heures, bilingue français/anglais, cette formation repose sur une pédagogie par projets et sur de multiples partenariats avec les institutions européennes et les groupes d'intérêts européens. Les diplômés de l'Executive Master en Communication et Politique européennes ont le choix de s'orienter vers un large éventail d'organismes européens. La formation comporte un stage d'insertion professionnelle de trois mois minimum et un travail de fin d'étude (TFE) encadré.

Le corps enseignant, composé de professionnels de la communication et des politiques européennes est le principal atout de cet Executive Master. Il met à disposition ses ressources et ses savoirs pour préparer au mieux les étudiants à une carrière dans les affaires européennes.

## OBJECTIFS

1. Maîtriser le fonctionnement institutionnel de l'UE
2. Maîtriser les outils de communication stratégiques adaptés au contexte des affaires européenne
3. Acquérir une expérience de terrain avec projets en situation réelle

### DURÉE

340h00

### TYPE D'ATTESTATION

Executive Master

### PUBLIC CIBLE

Détenteur d'un master ou d'une licence (enseignement universitaire ou supérieur). Étudiant ayant obtenu un bachelor (trois années d'études supérieures ou universitaires) qui peut attester d'un parcours professionnel significatif dans le domaine de la communication ou de l'Europe.

## MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS

*Comment organiser et réussir son événement?*

La formation proposée, conçue en partenariat avec Festival Événements Québec (FEQ) et l'Institut de Tourisme et d'Hôtellerie du Québec (ITHQ), prépare aux rôles et fonctions de gestion supérieure d'événements: planification stratégique, gestion de projet, gestion des risques, gestion financière, gestion des ressources humaines, éco-responsabilité, gestion administrative, gestion sur le terrain, etc.

Répartie sur 290 heures de cours, deux soirs par semaine (18 à 21h) et un samedi sur deux (10 à 17h), l'horaire décalé permet une meilleure conciliation entre activité professionnelle et étude. La formation comporte un stage d'insertion professionnelle de deux mois minimum et un travail de fin d'étude (TFE) encadré.

De nombreuses entreprises implantées en Belgique organisent des événements à l'étranger et des sociétés étrangères font régulièrement appel aux spécialistes belges pour organiser des événements sur l'ensemble du territoire européen voire au-delà. Les professionnels du secteur recherchent des profils de managers d'événements, capables d'avoir une vision globale des projets et d'en gérer tous les aspects.

### OBJECTIFS

1. Concevoir, planifier et mettre en œuvre des événements de tout type
2. Reconnaître le contexte et la dynamique de l'environnement dans lesquels évolue un événement (culture d'entreprise, micro et macro culture)
3. Déterminer et assurer la gestion des moyens humains, matériels et financiers)

### DURÉE

290h00

### TYPE D'ATTESTATION

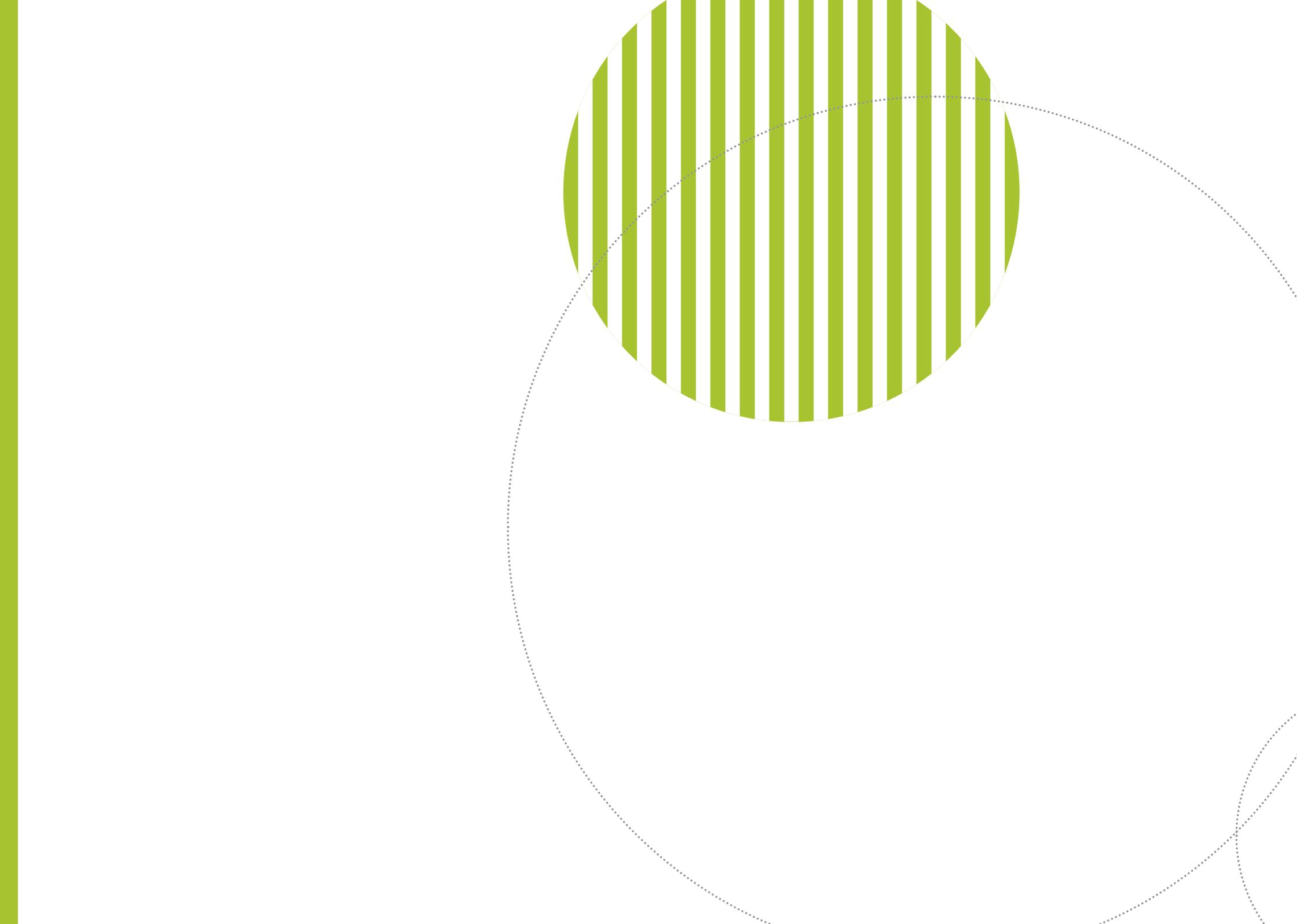
Executive Master

### PUBLIC CIBLE

Employé ou free-lance.

Responsable de communication événementielle dans les entreprises.

Diplômé de l'IHECS, de l'enseignement supérieur en communication et marketing et des autres universités belges (UCL, ULB, ULG, etc.) et étrangères.



# FORMATIONS EN WEB ET MÉDIAS

# FORMATIONS COURTES

## COMMUNICATION DIGITALE ET DROIT

*Comment assurer le cadre légal de votre communication digitale?*

De part son extrême densité et son émergence fulgurante, internet est parfois envisagé à tort comme un espace de non-droit dans lequel toutes les pratiques sont tolérées. A travers votre vie professionnelle, vous êtes certainement amené à gérer de nombreuses actions online, de la simple publication de contenu jusqu'à la transaction de biens et services.

Comment gérer votre marketing direct? Quels sont les informations et consentement à obtenir en cas d'utilisation de cookies? Et sur les réseaux sociaux, quels sont les principes en matière d'utilisation des données personnelles et de propriété intellectuelle (cybersquatting, parodie, etc.)? Autant de questions qui trouveront réponses dans le cadre de cette formation et vous permettront de gérer vos interactions online en toute légalité.

### OBJECTIFS

1. Appréhender les bonnes pratiques.
2. Connaître vos droits et obligations
3. Assurer le cadre légal de vos projets online
4. Garantir la validité légale de votre communication digitale

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chargé de projets, cadre d'entreprise (marketing, communication, HR, ventes, etc.), entrepreneur de TPE, PME, personne publique, etc.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## COMMUNITY MANAGEMENT

*Comment booster votre business par la maîtrise des médias sociaux?*

Désormais, les consommateurs ont le loisir d'exprimer librement leurs avis sur les produits, la marque, les services de l'entreprise. Ces avis ont un impact déterminant sur votre image de marque. Pour cette raison, le community manager est aujourd'hui un lien crucial entre l'entreprise et les consommateurs. Devenir community manager ne s'improvise pas. Il est à la fois médiateur, animateur, modérateur et influenceur. Il s'agit donc de connaître le jargon, les pratiques des réseaux sociaux, les techniques de veille, de promotion et d'évaluation.

### OBJECTIFS

1. Utiliser les médias sociaux pour atteindre vos objectifs (B2B et B2C)
2. Choisir les plateformes adaptées à son contenu et à ses objectifs
3. Définir votre stratégie éditoriale et mettre en avant les objectifs atteints à l'aide de rapports clairs

### DURÉE

35h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Toute personne travaillant dans le domaine de la communication ou désireuse de se lancer dans un projet indépendant.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## CRÉER ET ANIMER UN BLOG INFLUENT

*Comment devenir un blogueur suivi?*

Bien que les blogs étaient initialement utilisés à des fins personnelles, les entreprises et organisations ont très vite compris l'utilité qu'elles pouvaient en tirer dans leur communication auprès de leur audience (clients, salariés, parties prenantes, etc.). Le blog devient, pour certains, une activité à intégrer dans le cadre d'un plan de communication. Il est donc important, avant de commencer, de définir une stratégie et un positionnement spécifiques. Cette formation couvrira la phase préalable à la création du blog et s'étendra jusqu'au référencement de celui-ci en abordant les éléments essentiels d'animation d'un blog, sans oublier les questions juridiques connexes.

### OBJECTIFS

1. Positionner votre blog de manière stratégique
2. Mettre en place et animer un blog personnel, d'entreprise ou d'association
3. Comprendre quels sont les contenus attractifs pour vos lecteurs
4. Analyser les filières de promotion

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Toute personne qui dans le cadre de son activité professionnelle ou privée doit créer ou animer un blog.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## E-MAILING ET NEWSLETTER

*Comment rendre vos newsletters incontournables?*

L'e-mailing et la newsletter permettent de fidéliser et d'élargir votre clientèle, d'où l'importance de les construire efficacement. Comment vous assurer que votre public les lise réellement? Comment augmenter le nombre de vos abonnés? Cette formation vous apprendra, en alliant conseils et pratique, à optimiser votre newsletter, à en mesurer le succès et à y apporter une réelle valeur ajoutée afin de toucher votre cible.

### OBJECTIFS

1. Définir des objectifs et des mesures permettant d'analyser les résultats d'une campagne
2. Constituer et encoder une base de données "clients" pouvant être segmentée
3. Acquérir les bonnes pratiques rédactionnelles de l'écriture d'email
4. Maîtriser les contraintes techniques permettant de garantir une bonne délivrabilité de vos e-mails (FAI, filtrage, spam)
5. Mettre en place une campagne complète d'e-mailing en utilisant un logiciel dédié.

### DURÉE

9h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Spécialiste marketing, webmaster, e-business manager, content manager, responsable de la communication, responsable de projet, copywriter, community manager, etc.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## MESURER ET ANALYSER LA FRÉQUENTATION DE SON SITE

*Pourquoi et comment utiliser Google Analytics?*

Mesurer la performance de votre site internet est capital dans le succès de vos actions digitales. Google analytics vous permet de mesurer la performance de votre site, de renforcer votre potentiel et de l'optimiser. Cette formation a pour but de vous faire acquérir les réflexes de base d'une gestion saine d'un business digital.

### OBJECTIFS

1. Découvrir l'outil Google Analytics et son potentiel
2. Comprendre et analyser les «Web-Metrics» et «Key Performance Indicators» (KPI) utilisés par les professionnels
3. Optimiser votre site internet et votre stratégie de communication digitale en fonction des résultats obtenus
4. Implémenter Google Analytics sur votre site et créer des rapports personnalisés

### DURÉE

9h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Cette formation est destinée à un public débutant qui désire utiliser Google Analytics de façon autonome.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## MOBILE COPYWRITING

*Comment communiquer de façon optimale sur des écrans de plus petit format?*

L'utilisation des mobiles est désormais un incontournable : il y a plus d'utilisateurs de mobiles que d'utilisateurs sur poste fixe. Le 21 avril 2015, Google a changé la donne en privilégiant les contenus "responsive". Vos sites, mais également vos newsletters, blogs, médias sociaux devraient pouvoir satisfaire les utilisateurs à 100%, y compris sur mobile. Comment adapter votre rédaction? Penser la mise en page? Activer le «call to action»?

### OBJECTIFS

1. Définir le contenu adéquat et utiliser le langage approprié
2. Comprendre les spécificités de la rédaction de contenu pour mobile
3. Choisir ses mots pour améliorer son référencement

### DURÉE

10h30

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

PME, TPE, grande entreprise, employé du secteur graphique, maison d'édition, agence de publicité ou communication, rédacteur ou copywriter débutant qui doit convaincre un public spécifique à passer à l'action.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## RÉDACTION ET COMMUNICATION POUR LE WEB

*Comment écrire efficacement pour le web?*

Concevoir et améliorer un site web ou assurer votre présence sur les réseaux sociaux, cela passe d'abord par un questionnement sur le contenu. Celui-ci doit correspondre au style, au format et à l'écriture du web en général. Comment attirer, captiver et provoquer l'adhésion des internautes? Cette formation vous amènera à comprendre leurs comportements et à acquérir les bons réflexes pour optimiser votre communication et adapter vos textes aux particularités du web.

### OBJECTIFS

1. Développer une vision claire et précise des enjeux de la communication web
2. Adapter et développer un style d'écriture pour le web
3. Produire des contenus intéressants et engageants pour ensuite les promouvoir
4. Construire une stratégie de communication web cohérente.
5. Comprendre les particularités de la communication web
6. Connaître les règles fondamentales pour rédiger des contenus efficaces, des tweets, des statuts, des posts et maintenir l'intérêt pour un site

### DURÉE

15h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Responsable de site internet, webmaster, responsable du contenu d'un site web, cadre marketing ou communication, responsable éditorial, infographiste, chargé de communication, etc.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT

*Comment apparaître en première page des résultats des moteurs de recherche?*

Près de 90% des internautes à la recherche d'un produit, d'un service ou d'informations se limitent à la première page des résultats sur les moteurs de recherche. Comment vous placer en haut de l'affiche via les techniques de référencement? Comment assurer votre présence dans les moteurs de recherche? Cette formation vous fournira les clés pour définir et mettre en oeuvre un plan d'action qui vous permettra d'optimiser votre positionnement et votre visibilité.

### OBJECTIFS

1. Mettre en place une stratégie de référencement (naturel et payant)
2. Identifier puis choisir les mots-clés et expressions de recherche
3. Acquérir des méthodes pour mesurer l'impact de votre communication web via les outils d'analyse et de statistiques

### DURÉE

12h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Toute personne du domaine de la communication et du marketing ayant des notions de marketing web.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

# FORMATIONS COURTES

## STRATÉGIE OPÉRATIONNELLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

*Comment développer la stratégie qui convient à mon organisation?*

«Il faut être sur les réseaux sociaux». Combien de fois avez-vous entendu cette affirmation? Mais comment s'y retrouver? Sur quels réseaux être présent? Comment gérer les flux de messages? Quelles sont les ressources humaines, techniques et financières nécessaires? Comment mesurer et évaluer cette présence? Quels sont les liens avec la stratégie de communication globale de l'organisation? Autant de questions qui relèvent de la construction d'une stratégie opérationnelle efficace sur les réseaux sociaux.

### OBJECTIFS

1. Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
2. Identifier les réseaux utiles à votre organisation
3. Formuler une stratégie de présence sur les réseaux sociaux
4. Évaluer les ressources nécessaires (humaine, technique, financière) à la mise en place de la stratégie
5. Identifier les outils d'évaluation
6. Formuler des critères d'évaluation en lien avec la stratégie

### DURÉE

14h00

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Chargé de projets, cadre d'entreprise (marketing, communication, HR, ventes, etc.), entrepreneur de TPE, PME, personne publique, etc.

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## COMMUNICATION WEB

*Comment devenir un spécialiste de la communication web?*

La communication web est devenue indispensable et a ses propres particularités et exigences. Elle nécessite l'acquisition de connaissances et de compétences spécifiques à la construction d'une stratégie de communication digitale. Adapter le contenu et le style d'écriture, améliorer votre référencement, gérer et optimiser votre site, votre présence sur les réseaux sociaux, évaluer vos actions, etc.: c'est ce que propose cette formation à travers dix modules privilégiant une pédagogie interactive.

### OBJECTIFS

1. Développer votre stratégie de communication sur le web et l'intégrer dans une stratégie globale
2. Savoir rédiger pour le web (site internet, réseaux sociaux, newsletter, etc.)
3. Acquérir des connaissances pratiques pour optimiser votre présence sur le web : référencement, e-reputation, outils d'analyses et de statistiques, etc.
4. Gérer votre projet web et votre budget
5. Créer des newsletters et des e-mailings percutants
6. Créer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux
7. Optimiser votre référencement (SEO et SEA)
8. Connaître le cadre juridique de la publication sur le web

### CONTENU DE LA FORMATION

1. Stratégie de communication pour le web
2. Rédiger pour le web
3. E-mailing et newsletter
4. Communiquer sur les réseaux sociaux (community management)
5. Optimiser sa communication sur le web : réussir son référencement
6. Ergonomie et webdesign
7. Maîtriser son e-reputation
8. Le cadre juridique de la publication en ligne
9. Internet mobile et les enjeux de demain
10. Gérer son projet pour le web

Une attestation de fréquentation sera délivrée à tous les participants. Pour obtenir le certificat «communication sur le web», il sera demandé au participant de réaliser un projet de communication web ou d'améliorer, grâce aux acquis de la formation, un projet web existant (TFE). Pour encadrer les participants, des séances de coaching individuelles seront organisées.

#### DURÉE

87h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Certificat

#### PUBLIC CIBLE

Responsable de site internet, web manager, responsable éditorial, infographiste, webdesigner, chargé de communication, indépendant, dirigeant de TPE, porteur de projet isolé.

Cette formation certifiante est destinée à 14 participants maximum.

#### ÉGALEMENT SUR MESURE

# LUNCHS INTERACTIFS

## TWITTER

*Comment diffuser efficacement de l'information en temps réel?*

Twitter est devenu en quelques années le réseau social le plus actif au monde. Dans cette société de « l'immédiateté », Twitter a repoussé la limite de la communication en proposant un outil qui permet de s'exprimer directement et publiquement en 140 signes... Et en 140 signes, Twitter est rapidement devenu aussi incontournable que l'email!

Twitter est pour certains l'outil digital par excellence qu'il faut absolument intégrer dans une stratégie digitale. Cette formation organisée en 3 lunchs vous permettra d'optimiser et de trouver les meilleures façons d'utiliser Twitter.

### OBJECTIFS

1. Créer votre compte, utiliser Twitter de façon optimale, maîtriser la rédaction en 140 caractères et sa temporalité.
2. Créer votre réseau et atteindre un maximum de followers, suivre les profils connectés à vos besoins.
3. Diffuser votre publicité en atteignant un maximum de visibilité.

### DURÉE

3 x 2h30

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Entrepreneur de TPE, PME, personne publique, cadre d'entreprise (marketing, communication, HR, ventes, etc.)

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## LINKEDIN

*Comment utiliser le réseau professionnel le plus vaste au monde?*

Avec plus de 130 millions de membres dans le monde, LinkedIn vous permet de développer votre réseau professionnel. Mais il peut également augmenter la notoriété de votre société. Quels sont les atouts de ce réseau pour votre activité?

La formation, organisée en 3 lunchs, vous apprendra à rendre LinkedIn réellement utile dans le développement de votre entité professionnelle et à augmenter votre visibilité.

### OBJECTIFS

1. Créer ou optimiser son compte LinkedIn
2. Maîtriser son utilisation technique
3. Elargir son réseau professionnel
4. Mettre en place en système de vente via LinkedIn

### DURÉE

3 x 2h30

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Entrepreneur de TPE, PME, personne publique, cadre d'entreprise (marketing, communication, HR, ventes, etc.)

### ÉGALEMENT SUR MESURE

## FACEBOOK

*Comment utiliser Facebook de façon professionnelle pour augmenter votre présence dans les médias?*

Facebook est devenu une composante incontournable de la communication digitale de l'entreprise. Les fans et fans potentiels y sont nombreux et vous incitent à vous rapprocher de votre audience sur le plus populaire des réseaux sociaux. Cette formation vous permettra de créer une page Facebook professionnelle avec un positionnement et des objectifs clairs. Elle vous offrira également les outils vous permettant de déterminer votre plan d'action et d'aborder les méthodes payantes et non payantes pour améliorer votre visibilité.

## OBJECTIFS

1. Analyser les usages de Facebook
2. Comprendre et utiliser le potentiel technique de Facebook
3. Engager vos publics cibles avec du contenu
4. Interagir avec vos fans
5. Mesurer le succès de votre stratégie

### DURÉE

3 x 2h30

### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

### PUBLIC CIBLE

Entrepreneur de TPE, PME, personne publique, cadre d'entreprise (marketing, communication, HR, ventes, etc.)

### ÉGALEMENT SUR MESURE

# EXECUTIVE MASTER

## COMMUNICATION DIGITALE

*Comment mettre sur pied une communication digitale intégrée?*

L'apparition du web a engendré une mutation au sein de la communication. Les métiers liés à ces nouveaux canaux digitaux ont profondément évolué de même que la manière de fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs. Suivant cette logique, les profils intervenant dans la communication sur le web se sont développés et diversifiés au cours des dernières années. Les acteurs de la communication digitale ont pour mission de construire des stratégies efficaces répondant aux nouveaux impératifs d'interactions pour asseoir la communication de leurs produits et services auprès de leurs publics cibles. Ils doivent pour cela tenir compte des particularités techniques et des usages liés aux différents canaux. Tout cela dans le respect d'un cadre juridique en pleine évolution.

La formation proposée est conçue de manière à préparer les participants aux rôles et fonctions de chargé de communication, gestionnaire de projets digitaux, community manager, web marketer, e-communicateur etc.

La formation est répartie sur 300 heures de cours et est organisée en horaire décalé, deux soirées (de 18h à 21H) par semaine et un samedi par mois. Les cours de la deuxième partie de l'année sont organisés partiellement à distance. L'horaire décalé permet une meilleure conciliation entre activité professionnelle et études.

La formation comporte un stage professionnel de deux mois minimum pour les participants qui ne sont pas en activité et un travail de fin d'études (TFE) pour tous.

### OBJECTIFS

1. Définir une stratégie de communication en ligne
2. Gérer les différents canaux de communication digitaux
3. Mesurer votre retour sur investissement
4. Etre capable de développer et de gérer du contenu pour les nouveaux médias
5. Développer et implémenter un plan de communication en ligne dans son contexte professionnel dans le respect du cadre légal

### DURÉE

300h00

### TYPE D'ATTESTATION

Executive Master

### PUBLIC CIBLE

Responsable de communication, marketeer, chargé de projets, secteur public/privé, etc.



# ATELIERS MEDIATIQUES

## FILMER AVEC UN APPAREIL PHOTO

*Comment faire de votre appareil photo une véritable caméra?*

Avec le succès du numérique, beaucoup d'appareils photo sont désormais dotés d'une option caméra. Comment optimiser son utilisation jusqu'à tourner des vidéos d'une qualité professionnelle? Cela requiert un savoir-faire et une connaissance approfondie de l'appareil photo. Cette formation vous permettra de maîtriser les techniques de prise de vue, de prise de son, et les fonctionnalités de votre appareil.

### OBJECTIFS

1. Maîtriser la technicité de l'appareil photo (réglages manuels, etc.)
2. Maîtriser les paramètres de la prise de vue et les appliquer à l'usage d'un appareil photo
3. Être efficace lors d'un tournage avec son appareil photo et choisir son équipement en conséquence

#### DURÉE

35h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Amateur ou professionnel désireux de réaliser une vidéo de qualité avec un appareil photo numérique.

#### ÉGALEMENT SUR MESURE

## FILMER AVEC UN SMARTPHONE

*Comment produire des contenus audiovisuels en situation de mobilité?*

Lorsque nous assistons à un événement, une conférence, un spectacle, nous avons pris l'habitude de poster directement des photos de l'instant sur le web et les réseaux sociaux pour témoigner et commenter l'événement. Aujourd'hui, nous pouvons aussi le faire avec une vidéo. Mais pour diffuser des contenus pertinents, il faut avant tout maîtriser les fonctionnalités de son smartphone et connaître les codes de ce type de production. C'est ce que cette formation vous propose de découvrir et d'exercer.

### OBJECTIFS

1. Produire des contenus en situation de mobilité
2. Utiliser et choisir les applications et logiciels ad hoc
3. Développer une écriture multimédia et une gestuelle adaptées au tournage avec son smartphone

#### DURÉE

14h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Toute personne active dans la communication, l'événementiel, le reportage, responsable du contenu d'un site web ou simplement désireuse de pouvoir partager des images vidéo d'un événement en cours, de sa production, etc.

#### ÉGALEMENT SUR MESURE

## TRAVAIL DE LA VOIX POUR LA PUB RADIO

*Comment poser et moduler sa voix pour les publicités radio?*

Les studios et les régies publicitaires recherchent constamment de nouvelles voix. Pour un comédien, c'est un secteur rentable. C'est aussi un milieu particulier avec ses règles, ses exigences et ses modes de fonctionnement.

Ce stage vous apprendra à connaître votre voix, à l'appivoiser, à la maîtriser dans un contexte particulier et à vous familiariser avec l'usage du micro. À la fin du stage, vous serez capable de trouver le bon équilibre entre langage promo et sincérité, à travers la gestion du rythme, des couleurs, de l'intensité, du volume et de la profondeur de votre voix.

### OBJECTIFS

1. Identifier votre voix, connaître votre potentiel
2. Développer les techniques propres à l'usage du micro lors des enregistrements
3. Vous familiariser avec le milieu de la pub radio

#### DURÉE

35h00

#### TYPE D'ATTESTATION

Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Comédien, journaliste, animateur radio, communicateur.

#### ÉGALEMENT SUR MESURE

## VIDÉO CORPORATE - RÉALISER SA VIDÉO D'ENTREPRISE

*Comment réaliser une vidéo d'entreprise percutante?*

Télévision et vidéo sont toujours parmi les médias les plus prisés du grand public. Facilement intégrée à d'autres supports grâce aux nouvelles technologies, la vidéo d'entreprise est devenue incontournable. C'est un outil d'information, de présentation, de prospection, d'influence sur les réseaux sociaux et de valorisation de l'image. Le travail en équipe que nécessite cette production peut aussi être une véritable activité de team building. À travers des exercices pratiques, cette formation vous permettra de maîtriser le langage et les techniques de la vidéo.

### OBJECTIFS

1. Véhiculer un message clair et vous distinguer grâce à votre vidéo d'entreprise
2. Réaliser votre vidéo d'entreprise
3. Pouvoir mettre à jour votre vidéo corporate grâce aux notions techniques acquises

#### DURÉE

42h00

#### TYPE D'ATTESTATION

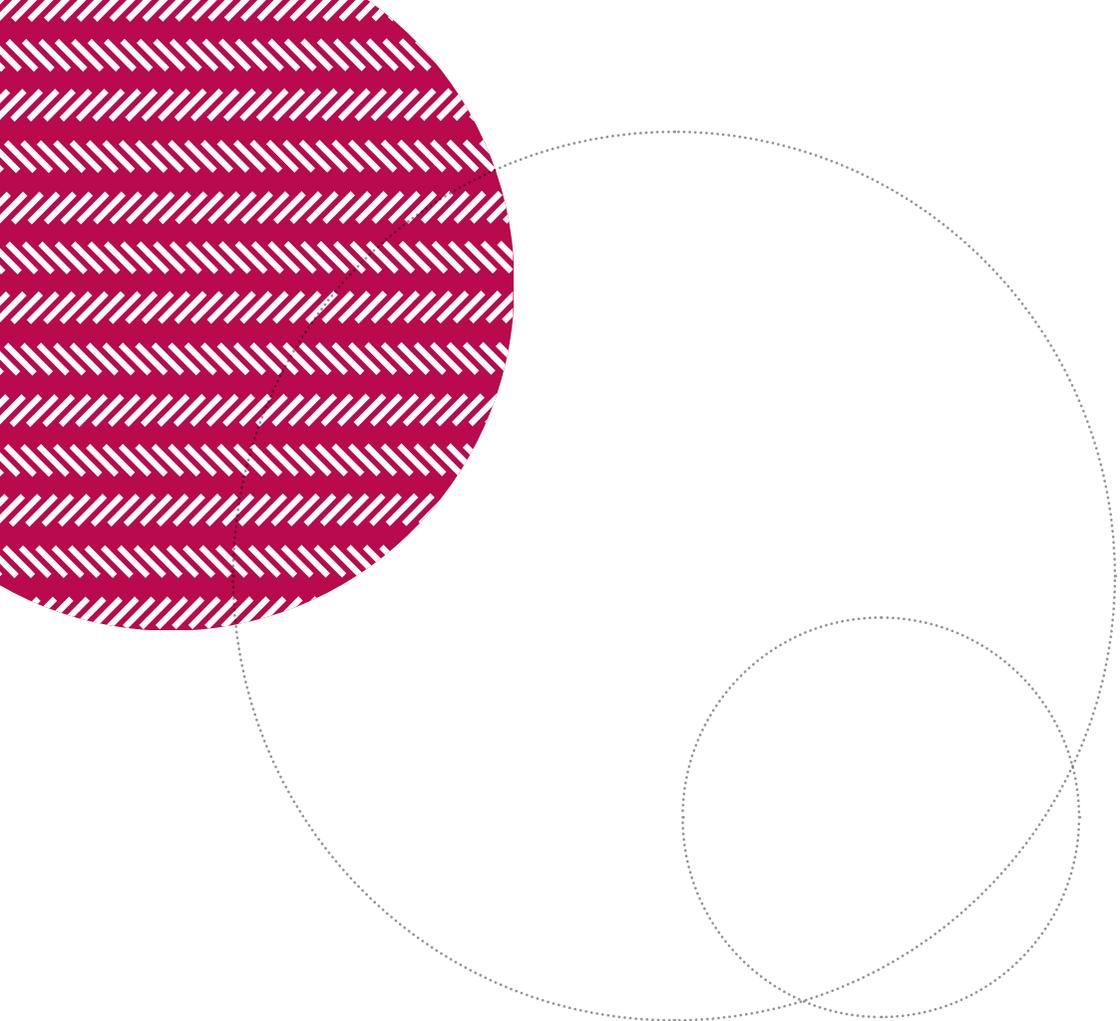
Attestation de participation

#### PUBLIC CIBLE

Chargé de communication dans une entreprise, dirigeant d'une entreprise recherchant une activité de team building originale, centrée sur le message et sur l'image de son entreprise.

#### ÉGALEMENT SUR MESURE





**L'AVENIR EST @PPRENDRE...**

**WWW.IHECS-ACADEMY.BE**