SOMMAIRE

FORMATIONS

WEBMARKETING

Intelligence Artificielle // 2 j.
Emailing et Newsletter // 2 j.
Le référencement naturel // 1 j.
Rédiger pour le web // 1 j.
Veille et e-réputation // 1 j.
Stratégie réseaux sociaux // 2 j.
Linkedin // 1 j.
Atelier pratique réseaux sociaux // 1 j.



PROGRAMME FORMATION

UNIVERS WEBMARKETING

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

PUBLIC VISÉ

Responsable de la communication, Dirigeants d'entreprise, Auto-entrepreneurs, Responsable marketing, Référenceur SEO, Community manager, Commerciaux…

PRÉ-REQUIS

Être utilisateur d'internet et avoir les bases de la communication multimédia.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 12-13 **oct. 2026**
- 15-16 **déc. 2026**
- 22-23 **mars 2027**
- 17-18 **juin 2027**

OBJECTIFS

- Comprendre les principes et les enjeux de l'Intelligence Artificielle générative.
- Intégrer l'IA dans les processus de communication et de productivité.
- Utiliser l'IA pour produire, enrichir et optimiser des contenus professionnels.
- Exploiter l'IA dans les stratégies de webmarketing, de SEO et de communication digitale.
- Adopter une posture professionnelle responsable face aux enjeux juridiques et éthiques de l'IA.

CONTENU

COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

- Comprendre l'histoire et l'évolution de l'Intelligence Artificielle.
- Expliquer le fonctionnement général de l'IA et de l'IA générative.
- Identifier les opportunités et les limites de l'IA pour les professionnels et les entreprises.
- Analyser les impacts de l'IA sur les métiers, la productivité et la communication.
- Appréhender les notions de législation, de propriété intellectuelle et de droits d'auteur liés à l'IA.
- Identifier les principaux outils d'IA actuels et émergents.
- Adopter une philosophie et des processus de travail adaptés à l'intégration de l'IA en entreprise.

UTILISER L'IA POUR LA PRODUCTION DE CONTENUS ÉDITORIAUX

- Comprendre le rôle des prompts dans la génération de contenus textuels.
- Formuler des prompts efficaces pour produire des contenus adaptés aux objectifs.
- Optimiser et affiner des prompts pour améliorer la qualité des résultats.
- Appliquer l'IA aux concepts du webmarketing et de la rédaction digitale.

CONCEVOIR ET TESTER DES PROMPTS À TRAVERS UN ATELIER PRATIQUE

- Créer des prompts adaptés à différents contextes professionnels.
- Tester, analyser et améliorer les résultats produits par l'IA.
- Adapter les prompts selon les cibles, les supports et les objectifs de communication.

INTÉGRER L'IA DANS LA COMMUNICATION MULTIMÉDIA DE L'ENTREPRISE

- Utiliser l'IA pour la communication interne et externe de l'entreprise.
- Exploiter l'IA pour définir une stratégie de webmarketing.
- Identifier des marchés de niche, des positionnements marketing et des audiences cibles.
- Analyser les données, les chiffres clés et les éléments concurrentiels.

EXPLOITER L'IA POUR LA CRÉATION ET L'OPTIMISATION DE CONTENUS

- Produire des contenus éditoriaux à l'aide de l'IA générative.
- Créer des trames éditoriales et des templates marketing.
- Traduire, enrichir et corriger des contenus existants.
- Adapter la tonalité éditoriale selon les objectifs de communication.
- Identifier et vérifier les contenus générés par l'IA.
- Créer et éditer des contenus audio et multimédias.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

MOYENS, MÉTHODES & OUTILS

- 1 PC/personne – possibilité pour les stagiaires d'utiliser leur ordinateur portable et leurs propres ressources – accès Wi-Fi mis à disposition
- 1 vidéoprojecteur ou grand écran
- Logiciels : Navigateur
- Pédagogie progressive. Alternance entre apports théoriques et exercices d'application simples
- Intervenants : professionnels en activité, praticiens du terrain et formateurs expérimentés

SUIVI – ÉVALUATION

- Exercices de validation en continu pendant la formation
- Quiz d'évaluation en fin de formation
- Évaluation de satisfaction
- Certification : nous consulter
- Taux de réussite aux examens et certifications consultables sur notre site

FIN DE FORMATION

- Émargement par demi-journée
- Support de formation en PDF
- Attestation de fin de formation
- Bilan formateur

ACCESSIBILITÉ

- Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite
- Accompagnement personnalisé et adaptation pédagogique possible (parcours et temps de formation) en fonction du handicap : nous consulter.

UTILISER L'IA POUR LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL ET LA VISIBILITÉ

- Produire des contenus optimisés pour le référencement naturel.
- Optimiser des textes existants pour améliorer leur performance SEO.
- Générer des balises title et meta-description.
- Créer un planning éditorial assisté par l'IA.

EXPLOITER L'IA POUR LES RELATIONS MÉDIAS, LA VEILLE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

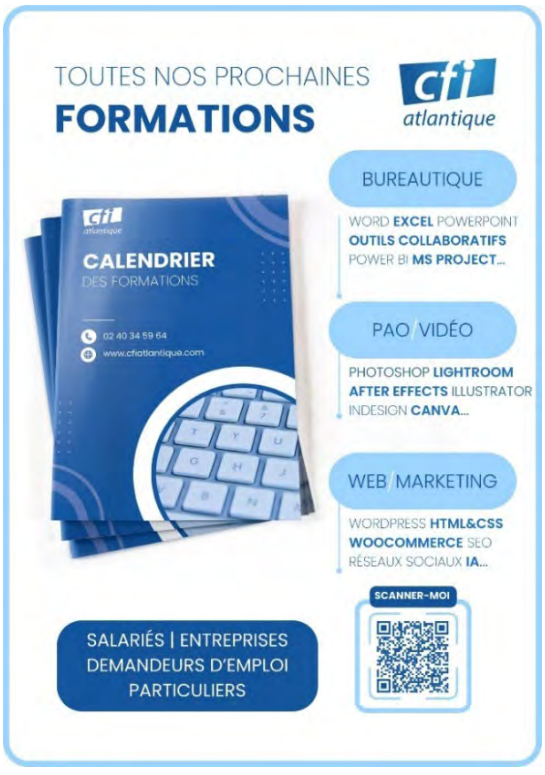
- Rédiger des communiqués de presse à l'aide de l'IA.
- Définir des stratégies de relations médias et de relations publiques.
- Identifier des sources presse et des médias partenaires.
- Mettre en place une veille et une gestion de l'e-réputation.
- Créer des publications pour les réseaux sociaux.
- Élaborer des scénarios sociaux et un planning de publication.
- Concevoir des actions d'animation webmarketing et des campagnes promotionnelles.

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR GRÂCE À L'IA

- Exploiter l'IA pour améliorer l'expérience utilisateur sur un site ou une application.
- Optimiser les parcours utilisateurs et les supports de communication multimédia.

ATELIER DE GÉNÉRATION DE CONTENUS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

- Produire des contenus éditoriaux dans un contexte réel de communication d'entreprise.
- Tester différents cas d'usage professionnels.
- Analyser les résultats et ajuster les stratégies de production de contenus.



CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

PROGRAMME FORMATION

UNIVERS WEBMARKETING

EMAILING & NEWSLETTER

PUBLIC VISÉ

Responsable de la communication, agences de communication, auto entrepreneurs, responsable marketing, community-manager.

PRÉ-REQUIS

Être utilisateur courant d'Internet
Avoir des notions de mise en page.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 14-15 **sept. 2026**
- 12-13 **nov. 2026**
- 8-9 **fév. 2027**
- 3-4 **mai 2027**

OBJECTIFS

- Comprendre les fondamentaux de l'emailing et ses enjeux marketing.
- Maîtriser les notions de délivrabilité et les bonnes pratiques d'envoi.
- Concevoir et structurer des campagnes emailing efficaces.
- Utiliser la plateforme Brevo pour gérer ses contacts et ses campagnes.
- Analyser les performances afin d'optimiser ses actions.

CONTENU

COMPRENDRE LES ENJEUX ET LES PRINCIPES DE L'EMAILING

- Identifier les avantages de l'emailing dans une stratégie de communication digitale.
- Définir les objectifs d'un emailing selon le contexte et la cible.
- Comprendre le rôle de l'emailing dans la relation client et le parcours utilisateur.

COMPRENDRE LA DÉLIVRABILITÉ ET SES MÉCANISMES

- Expliquer le concept de délivrabilité et son impact sur les campagnes.
- Identifier les facteurs techniques influençant l'arrivée en boîte de réception.
- Comprendre la notion de réputation d'expéditeur et de filtrage antispam.

IDENTIFIER LES MOYENS TECHNIQUES DE L'EMAILING

- Comprendre le fonctionnement des serveurs d'envoi et des fournisseurs de messagerie.
- Identifier les prérequis techniques liés à l'envoi d'emails.
- Appréhender les notions d'authentification et de sécurité des envois.

CHOISIR UN LOGICIEL D'EMAILING ADAPTÉ À SES BESOINS

- Comparer les grandes familles de solutions d'emailing.
- Identifier les critères de choix d'un outil selon ses objectifs.
- Comprendre les avantages d'une solution comme Brevo.

STRUCTURER UNE CAMPAGNE EMAILING

- Identifier les étapes clés de création d'une campagne.
- Structurer un message clair et efficace.
- Comprendre l'importance de l'objet, du contenu et de l'appel à l'action.

APPLIQUER LA LÉGISLATION ET LES BONNES PRATIQUES

- Comprendre les obligations légales liées à l'emailing.
- Identifier les bonnes pratiques pour une communication responsable.
- Éviter les erreurs courantes impactant la délivrabilité.

CONSTITUER UNE BOÎTE À OUTILS DE L'EMAILING

- Identifier les indicateurs clés de performance.
- Utiliser des outils d'aide à la conception et à l'analyse.
- Mettre en place une démarche d'amélioration continue.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

EMAILING & NEWSLETTER

MOYENS, MÉTHODES & OUTILS

- 1 PC/personne – possibilité pour les stagiaires d'utiliser leur ordinateur portable et leurs propres ressources – accès Wi-Fi mis à disposition
- 1 vidéoprojecteur ou grand écran
- Logiciels : Brevo gratuit en ligne, tableur
- Pédagogie progressive. Alternance entre apports théoriques et exercices d'application simples
- Intervenants : professionnels en activité, praticiens du terrain et formateurs expérimentés

SUIVI – ÉVALUATION

- Exercices de validation en continu pendant la formation
- Quiz d'évaluation en fin de formation
- Évaluation de satisfaction
- Certification : nous consulter
- Taux de réussite aux examens et certifications consultables sur notre site

FIN DE FORMATION

- Émargement par demi-journée
- Support de formation en PDF
- Attestation de fin de formation
- Bilan formateur

ACCESSIBILITÉ

- Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite
- Accompagnement personnalisé et adaptation pédagogique possible (parcours et temps de formation) en fonction du handicap : nous consulter.

METTRE EN PRATIQUE L'EMAILING AVEC BREVO

DÉCOUVRIR L'INTERFACE ET LES FONCTIONNALITÉS DE BREVO

- Découvrir la plateforme Brevo et son positionnement.
- Naviguer dans les principaux espaces de l'interface.
- Identifier les fonctionnalités clés : contacts, campagnes et automatisation.

PARAMÉTRER LA PLATEFORME BREVO

- Configurer les paramètres essentiels de la plateforme.
- Définir les informations d'expéditeur et les paramètres par défaut.
- Analyser des exemples de scénarios existants.

GÉRER LES CONTACTS ET SEGMENTER SA BASE

- Comprendre la différence entre listes et segments.
- Créer et personnaliser les champs de contacts.
- Importer, exporter et organiser une base de données.
- Mettre en place des filtres et des segments ciblés.

CRÉER ET ENVOYER DES CAMPAGNES EMAILING

- Créer une campagne email pas à pas.
- Concevoir un modèle de campagne réutilisable.
- Créer une newsletter à l'aide de l'Email Builder de Brevo.
- Programmer les envois selon les bonnes pratiques.

ANALYSER ET OPTIMISER LES CAMPAGNES

- Lire et interpréter les statistiques de campagne.
- Identifier les indicateurs de performance clés.

Optimiser les campagnes futures à partir des résultats obtenus.



CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

PROGRAMME FORMATION

UNIVERS WEBMARKETING

RÉFÉRENCEMENT NATUREL

PUBLIC VISÉ

Toute personne désirant mettre en place le référencement naturel d'un site.

PRÉ-REQUIS

Être utilisateur d'Internet.
Gérer un site internet ou avoir ce projet.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

1 jour (7 heures)
Pack WEBMARKETING de 3 jours

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 1 **oct. 2026**
- 2 **déc. 2026**
- 4 **janv. 2027**
- 24 **mars 2027**

OBJECTIFS

- Comprendre les concepts et principes fondamentaux du référencement naturel.
- Définir les expressions-clés sur lesquelles positionner un site web.
- Fixer des objectifs de positionnement réalistes et mesurables.
- Identifier et qualifier les leviers internes et externes influençant le classement dans les moteurs de recherche.
- Comprendre le fonctionnement du référencement naturel appliqué aux sites web.

CONTENU

COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Expliquer le rôle des moteurs de recherche et leurs algorithmes.
- Identifier les composantes du SEO et les acteurs du référencement naturel.
- Maîtriser le vocabulaire spécifique au référencement naturel.
- Réaliser une étude de positionnement SEO.
- Sélectionner et hiérarchiser des mots-clés pertinents.
- Structurer l'architecture des pages pour le référencement.

DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Définir des objectifs SEO cohérents avec la stratégie du site.
- Mettre en place des tactiques de référencement naturel personnalisées.
- Identifier les différentes typologies de pages optimisées pour le SEO.

OPTIMISER TECHNIQUEMENT UN SITE POUR LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Optimiser les pages du site à l'aide d'outils d'analyse SEO.
- Mettre en place les fichiers sitemap et robots.txt.
- Optimiser les balises HTML pour le référencement.
- Adapter le site aux usages mobiles et à la recherche vocale.
- Comprendre l'apport des microdonnées en SEO.
- Identifier les indicateurs de confiance pour les moteurs de recherche.
- Améliorer l'indexation et les temps de chargement.
- Analyser le crawl des robots et les fichiers de logs.
- Intégrer le contenu éditorial dans la performance SEO.

OPTIMISER LES CONTENUS ET LA POPULARITÉ DU SITE

- Appliquer les bonnes pratiques de rédaction pour le référencement naturel.
- Optimiser un contenu éditorial existant.
- Comprendre la notion d'autorité d'un site web.
- Mettre en œuvre une stratégie de liens internes et externes.
- Structurer le maillage interne.
- Identifier et distinguer les liens de qualité.

SUIVRE ET PILOTER LA PERFORMANCE SEO

- Mettre en place une méthodologie de suivi SEO.
- Suivre le positionnement des mots-clés stratégiques.
- Analyser les données via les outils d'analytics et de tracking SEO.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

RÉFÉRENCEMENT NATUREL

MOYENS, MÉTHODES & OUTILS

- 1 PC/personne – possibilité pour les stagiaires d'utiliser leur ordinateur portable et leurs propres ressources – accès Wi-Fi mis à disposition
- 1 vidéoprojecteur ou grand écran
- Logiciel : Navigateur
- Pédagogie progressive. Alternance entre apports théoriques et exercices d'application simples
- Intervenants : professionnels en activité, praticiens du terrain et formateurs expérimentés

SUIVI – ÉVALUATION

- Exercices de validation en continu pendant la formation
- Quiz d'évaluation en fin de formation
- Évaluation de satisfaction
- Certification : nous consulter
- Taux de réussite aux examens et certifications consultables sur notre site

FIN DE FORMATION

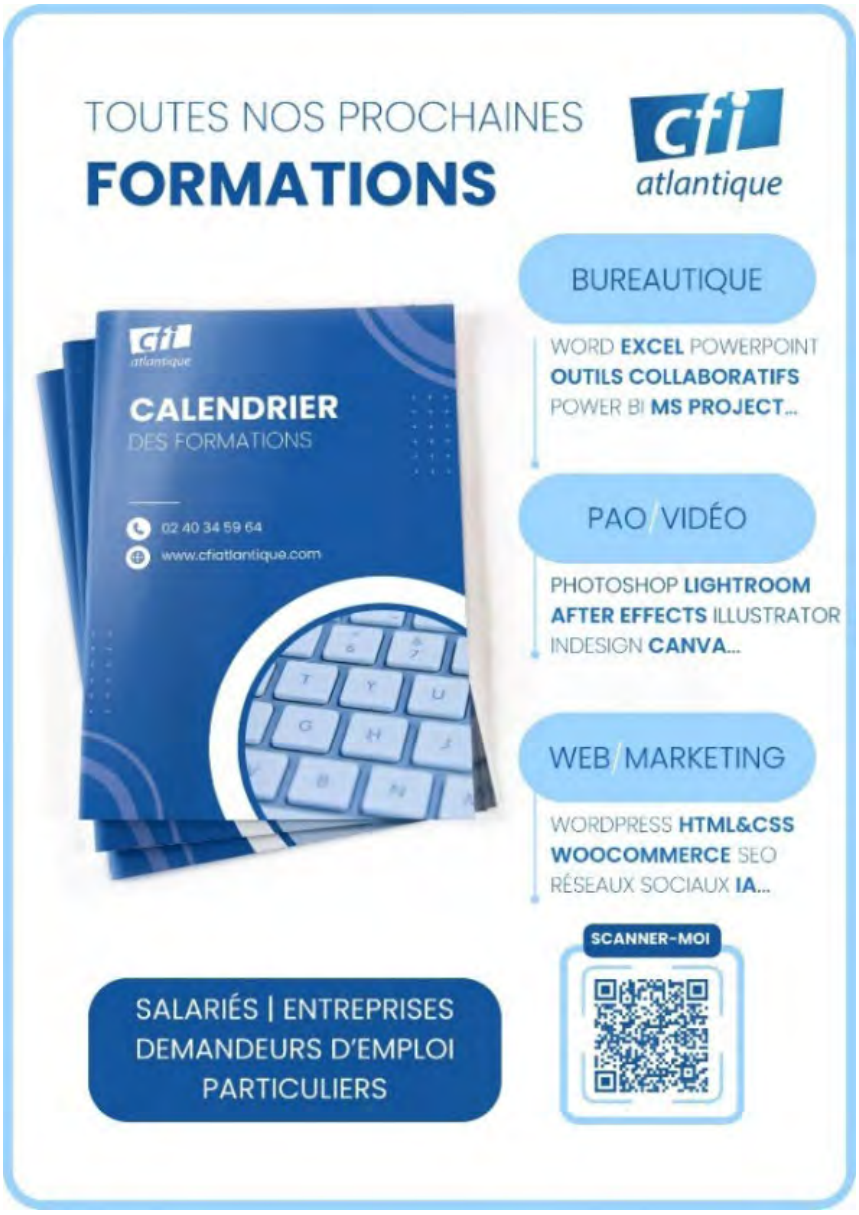
- Émargement par demi-journée
- Support de formation en PDF
- Attestation de fin de formation
- Bilan formateur

ACCESSIBILITÉ

- Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite
- Accompagnement personnalisé et adaptation pédagogique possible (parcours et temps de formation) en fonction du handicap : nous consulter.

FOCUS SUR LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL AVEC WORDPRESS

- Identifier les spécificités du SEO sous WordPress.
- Découvrir les outils et extensions dédiés au référencement naturel.



CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

RÉDIGER POUR LE WEB

PUBLIC VISÉ

Toute personne en charge de la rédaction et de la formalisation du contenu d'un site.

PRÉ-REQUIS

Être utilisateur d'Internet.
Avoir suivi une formation sur le Référencement Naturel ou équivalent.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

1 jour (7 heures)
Pack WEBMARKETING de 3 jours

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 5 **oct. 2026**
- 4 **déc. 2026**
- 6 **janv. 2027**
- 26 **mars 2027**

OBJECTIFS

- Comprendre l'impact du contenu rédactionnel sur le référencement naturel d'un site web.
- Améliorer la visibilité d'un site grâce à une stratégie de contenu adaptée.
- Acquérir les bons réflexes pour rédiger efficacement pour le web.
- Adapter l'écriture aux contraintes du web et aux objectifs du référencement naturel.

CONTENU

CONTEXTE ET ENJEUX DE LA RÉDACTION WEB

- Comprendre les usages et la consommation des contenus sur internet.
- Identifier le rôle du contenu rédactionnel dans une stratégie de référencement naturel.
- Mesurer l'influence du contenu rédactionnel sur l'image de marque et l'e-réputation.
- Identifier les opportunités et avantages d'un contenu web de qualité.

LE CONTENU RÉDACTIONNEL AU CŒUR DU WEBMARKETING

- Comprendre les leviers de visibilité du contenu rédactionnel.
- Identifier les différentes typologies de contenus rédactionnels et leurs usages.
- Définir une stratégie rédactionnelle cohérente avec les objectifs de communication.
- Identifier l'audience cible et construire une ligne éditoriale adaptée.
- Choisir les expressions-clés et les types de contenus à produire.

RÉDIGER EFFICACEMENT POUR LE WEB

- Créer un planning éditorial structuré.
- Appliquer une méthodologie de rédaction adaptée au web.
- Identifier des sujets et trouver des idées de contenus.
- Structurer, hiérarchiser et mettre en forme l'information.
- Optimiser les contenus pour le référencement naturel.
- Comprendre les spécificités du blogging et des formats éditoriaux.
- Découvrir les outils d'aide à la production de contenus rédactionnels.

SUIVRE ET OPTIMISER SES CONTENUS RÉDACTIONNELS

- Identifier les indicateurs de performance des contenus.
- Analyser les résultats pour améliorer sa stratégie éditoriale.
- Optimiser les contenus existants dans une logique d'amélioration continue.

ATELIER PRATIQUE DE RÉDACTION WEB

- Optimiser un contenu rédactionnel existant.
- Concevoir un nouveau contenu rédactionnel optimisé.
- Élaborer un plan d'actions pour sa stratégie de contenu.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

VEILLE ET E-RÉPUTATION

PUBLIC VISÉ

Responsable de la communication, agences de communication, auto-entrepreneurs, responsable marketing, community manager…

PRÉ-REQUIS

Être utilisateur d'internet.
Avoir suivi la formation « Stratégie réseaux sociaux pour les professionnels » ou équivalent.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

1 jour (7 heures)
Pack WEBMARKETING de 3 jours

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 2 **oct. 2026**
- 3 **déc. 2026**
- 5 **janv. 2027**
- 25 **mars 2027**

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la veille et de la e-réputation.
- Découvrir des outils de veille adaptés à l'usage professionnel.
- Identifier les informations-clés pour l'entreprise.
- Savoir mener un suivi de son e-réputation.

CONTENU

LES ACTIVITÉS DE VEILLE ET LEURS OBJECTIFS

- Définir la veille et comprendre ce qu'elle peut apporter concrètement.
- Identifier les différents types de veille pertinents pour votre entreprise.
- Comprendre les enjeux de la veille dans la gestion de la e-réputation.

CONTEXTE DE LA VEILLE ET DE L'E-RÉPUTATION POUR LE PROFESSIONNEL

- Distinguer les bénéfices de la veille pour les professionnels.
- Identifier les différents types de veille.
- Analyser les enjeux de la veille pour l'e-réputation.

OÙ ET COMMENT SE CONSTRUIT L'E-RÉPUTATION

- Comprendre les déclinaisons de l'e-réputation.
- Analyser l'e-réputation sur les moteurs de recherche.
- Analyser l'e-réputation sur les réseaux sociaux.
- Mettre en place sa stratégie de veille et d'e-réputation.

LES OBJECTIFS DE VOTRE VEILLE

- Identifier et suivre les sources de veille.
- Gérer les situations de crise en e-réputation.
- Respecter la législation en matière de veille et d'e-réputation.
- Définir le processus de veille adapté à votre activité.
- Intégrer la veille dans le fonctionnement de l'entreprise.
- Organiser la gestion quotidienne de la veille et de l'e-réputation.
- Développer une stratégie de veille et d'e-réputation pour le professionnel, incluant le personal branding.
- Comprendre l'importance du contenu éditorial et ses enjeux pour l'e-réputation.

LA MISE EN PLACE DE LA VEILLE

- Découvrir les outils de veille.
- Découvrir les logiciels et produits permettant de forger son e-réputation.
- Découvrir les outils de suivi et de performance pour la veille et l'e-réputation.
- Mesurer et analyser les performances de sa veille et de son e-réputation.
- Mettre en pratique : exercices et cas concrets de veille et d'e-réputation.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

PUBLIC VISÉ

Responsable de la communication, Dirigeants d'entreprise, Auto-entrepreneurs, Responsable marketing, Référenceur SEO, Community manager, Commerciaux…

PRÉ-REQUIS

Utilisation courante de l'environnement Windows et Internet.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 26-27 **oct. 2026**
- 7-8 **déc. 2026**
- 25-26 **janv. 2027**
- 15-16 **avr. 2027**

OBJECTIFS

- Définir une stratégie social media adaptée à son activité.
- Planifier et organiser des actions pour atteindre des objectifs marketing et commerciaux.

CONTENU

DÉFINIR LE BON POSITIONNEMENT PROFESSIONNEL

- Déterminer son positionnement sur le marché.
- Préciser son offre de produits ou services.
- Élaborer sa stratégie de développement en définissant objectifs, audience cible et moyens.
- Mettre en pratique : définir son positionnement, son offre et sa stratégie de développement en tant que professionnel.

VENDRE SES PRODUITS ET SERVICES EN LIGNE

- Analyser les besoins des prospects pour adapter les solutions proposées.
- Identifier les leviers de visibilité à activer sur le web.
- Construire son argumentaire commercial pour son profil, ses produits et services.
- Produire du contenu éditorial digital performant : texte, photo, vidéo, son et image.
- Rédiger efficacement sur le web en appliquant les bonnes pratiques.
- Exploiter les moteurs de recherche grâce à la rédaction web.
- Utiliser l'e-mailing et les newsletters de manière stratégique.
- Gérer les relations médias.
- Mettre en place de la publicité payante en ligne pour développer son activité professionnelle.
- Mettre en pratique : rédiger le discours publicitaire de son offre commerciale.

EXPLOITER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR LE PROFESSIONNEL

- Identifier les opportunités offertes par les réseaux sociaux.
- Découvrir le community management et ses avantages pour le business.
- Utiliser les différents réseaux sociaux pour développer son activité : Facebook, Instagram, fiche établissement Google, LinkedIn, YouTube, Twitter.
- Mettre en pratique : créer un planning éditorial et publier ses premières publications sociales en tant que professionnel.

GÉRER ET SUIVRE LES ACTIONS WEB POUR LE PROFESSIONNEL

- Découvrir les outils et logiciels nécessaires pour développer son activité en ligne.
- Automatiser certaines tâches webmarketing pour gagner du temps.
- Organiser la gestion du webmarketing au quotidien.
- Mettre en place des techniques de fidélisation clients et gérer la relation client web.
- Optimiser son e-réputation.
- Exploiter la veille stratégique pour le développement professionnel.
- Développer son personal branding.
- Suivre, analyser et optimiser les résultats des actions en ligne.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

LINKEDIN

PUBLIC VISÉ

Personnes souhaitant vendre et devenir efficace sur LinkedIn. Formation concrète de prise en main de la plateforme.

PRÉ-REQUIS

Utilisation courante de l'environnement Windows et Internet. Avoir un compte LinkedIn.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

1 jour (7 heures)

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 10 **sept. 2026**
- 17 **nov. 2026**
- 2 **fév. 2027**
- 13 **mai 2027**

OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement et les usages professionnels de LinkedIn.
- Optimiser sa présence personnelle et/ou entreprise sur LinkedIn.
- Mettre en place une stratégie de communication efficace sur LinkedIn.
- Déployer un plan d'action opérationnel et mesurable.

CONTENU

INTRODUCTION À LINKEDIN ET AUX RÉSEAUX SOCIAUX

- Panorama des réseaux sociaux professionnels et généralistes.
- Fonctionnalités, usages et différences entre les plateformes.
- Place de LinkedIn dans une stratégie de communication digitale.
- Définition de LinkedIn et chiffres clés.
- Profils d'utilisateurs et usages professionnels de LinkedIn.

CONSTRUIRE UNE PRÉSENCE PROFESSIONNELLE SUR LINKEDIN

- Définir ses objectifs sur LinkedIn.
- Créer ou optimiser un profil personnel (photo, bannière, identité visuelle, titre professionnel, résumé, expériences, compétences).
- Créer ou optimiser une page entreprise (présentation de l'activité, proposition de valeur, informations clés).
- Rôle du profil et de la page entreprise dans la communication globale.

DÉVELOPPER SON RÉSEAU

- Comprendre l'importance du réseau sur LinkedIn.
- Les différentes manières de prendre contact (invitations personnalisées, interactions, groupes, événements).
- Développer un réseau qualifié et pertinent.

COMMUNIQUER EFFICACEMENT SUR LINKEDIN

- Pourquoi prendre la parole sur LinkedIn.
- Les outils de publication disponibles.
- Les formats de contenus (textes, images, documents, vidéos).
- Définir une typologie de messages adaptée à son audience.
- Quand et comment publier pour maximiser la visibilité.

COMPRENDRE L'ENGAGEMENT ET L'ALGORITHME LINKEDIN

- Les mécanismes de l'engagement.
- Fonctionnement général de l'algorithme LinkedIn.
- Facteurs influençant la portée des publications.
- Bonnes pratiques pour améliorer la visibilité et l'interaction.

STRUCTURER SA STRATÉGIE LINKEDIN

- Définir ses objectifs (notoriété, prospection, recrutement, expertise).
- Construire une ligne éditoriale cohérente.
- Mettre en place un planning de publication.
- Ajuster sa stratégie dans le temps.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

LINKEDIN

MOYENS, MÉTHODES & OUTILS

- 1 PC/personne – possibilité pour les stagiaires d'utiliser leur ordinateur portable et leurs propres ressources – accès Wi-Fi mis à disposition
- 1 vidéoprojecteur ou grand écran
- Logiciel : Navigateur
- Pédagogie progressive. Alternance entre apports théoriques et exercices d'application simples
- Intervenants : professionnels en activité, praticiens du terrain et formateurs expérimentés

SUIVI – ÉVALUATION

- Exercices de validation en continu pendant la formation
- Quiz d'évaluation en fin de formation
- Évaluation de satisfaction
- Certification : nous consulter
- Taux de réussite aux examens et certifications consultables sur notre site

FIN DE FORMATION

- Émargement par demi-journée
- Support de formation en PDF
- Attestation de fin de formation
- Bilan formateur

ACCESSIBILITÉ

- Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite
- Accompagnement personnalisé et adaptation pédagogique possible (parcours et temps de formation) en fonction du handicap : nous consulter.

AMÉLIORER SON EFFICACITÉ ET SES SUPPORTS

- Optimiser son temps et ses actions sur LinkedIn.
- Utiliser des outils pour faciliter la création de contenus.
- Créer des visuels et supports adaptés à LinkedIn.
- Professionnaliser sa communication.



CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

RÉSEAUX SOCIAUX
Atelier pratique

PUBLIC VISÉ

Personnes souhaitant découvrir les réseaux sociaux FACEBOOK, LINKEDIN et INSTAGRAM pour améliorer leur communication.

PRÉ-REQUIS

Utilisation courante de l'environnement Windows et Internet.

Questionnaire de positionnement et/ou entretien individuel pour prendre en compte le projet, évaluer les acquis, les besoins et construire le plan de formation.

DURÉE

1 jour (7 heures)

MODALITÉS

- Face à face pédagogique en présentiel groupe de 6 stagiaires maximum.
- Formation personnalisée sur mesure en présentiel ou distanciel.

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions possibles, après validation du financement, jusqu'à la veille de la session dans la limite des places disponibles.

LIEU

CFI Atlantique
6 bis avenue Jules Verne
44230 SAINT-SÉBASTIEN-LOIRE
Ou sur site

DATES (sessions inter-entreprises)

- 9 **sept. 2026**
- 16 **nov. 2026**
- 1 **fév. 2027**
- 12 **mai 2027**

OBJECTIFS

- S'initier au vocabulaire et aux pratiques des réseaux sociaux Facebook, LinkedIn et Instagram.
- Mettre en place une page Facebook et maîtriser sa communication.
- Créer et optimiser un profil LinkedIn pour une communication professionnelle efficace.
- Mettre en place un compte Instagram et en maîtriser les usages et contenus.

CONTENU

INTRODUCTION AUX RÉSEAUX SOCIAUX

- Comprendre le panorama des réseaux sociaux et leurs fonctionnalités.
- Identifier les outils proposés par les principales plateformes sociales.
- Replacer les réseaux sociaux dans l'évolution du Web et des usages numériques.

UTILISER FACEBOOK DANS UN CADRE PERSONNEL ET PROFESSIONNEL

- Comprendre l'intérêt d'une présence sur Facebook.
- Optimiser un profil utilisateur et sécuriser son compte.
- Découvrir l'interface et les fonctionnalités principales.
- Personnaliser son profil avec un avatar, une couverture et une description.
- Publier des contenus variés tels que textes, images et événements.
- Effectuer des recherches sur Facebook.
- Créer et gérer des groupes personnels ou professionnels.
- Créer et administrer une page professionnelle pour valoriser son activité.

UTILISER LINKEDIN POUR DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ PROFESSIONNELLE

- Comprendre l'intérêt d'une présence sur LinkedIn.
- Créer ou optimiser un profil LinkedIn et sécuriser son compte.
- Découvrir l'interface et les fonctionnalités principales.
- Personnaliser son profil professionnel.
- Effectuer des recherches et développer son réseau.
- Entrer en relation avec des contacts de manière pertinente.
- Prendre la parole efficacement sur LinkedIn.
- Créer et gérer une page entreprise performante.

UTILISER INSTAGRAM POUR COMMUNIQUER PAR L'IMAGE

- Comprendre l'intérêt d'une présence sur Instagram.
- Créer ou optimiser un profil Instagram et sécuriser son compte.
- Découvrir l'interface et les fonctionnalités principales.
- Personnaliser son compte et son univers visuel.
- Effectuer des recherches et développer sa communauté.
- Prendre la parole efficacement à travers des contenus visuels.

CFI ATLANTIQUE
6 bis avenue Jules Verne – 44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. : 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52 – info@cfiatlantique.com – www.cfiatlantique.com

©CFI Atlantique

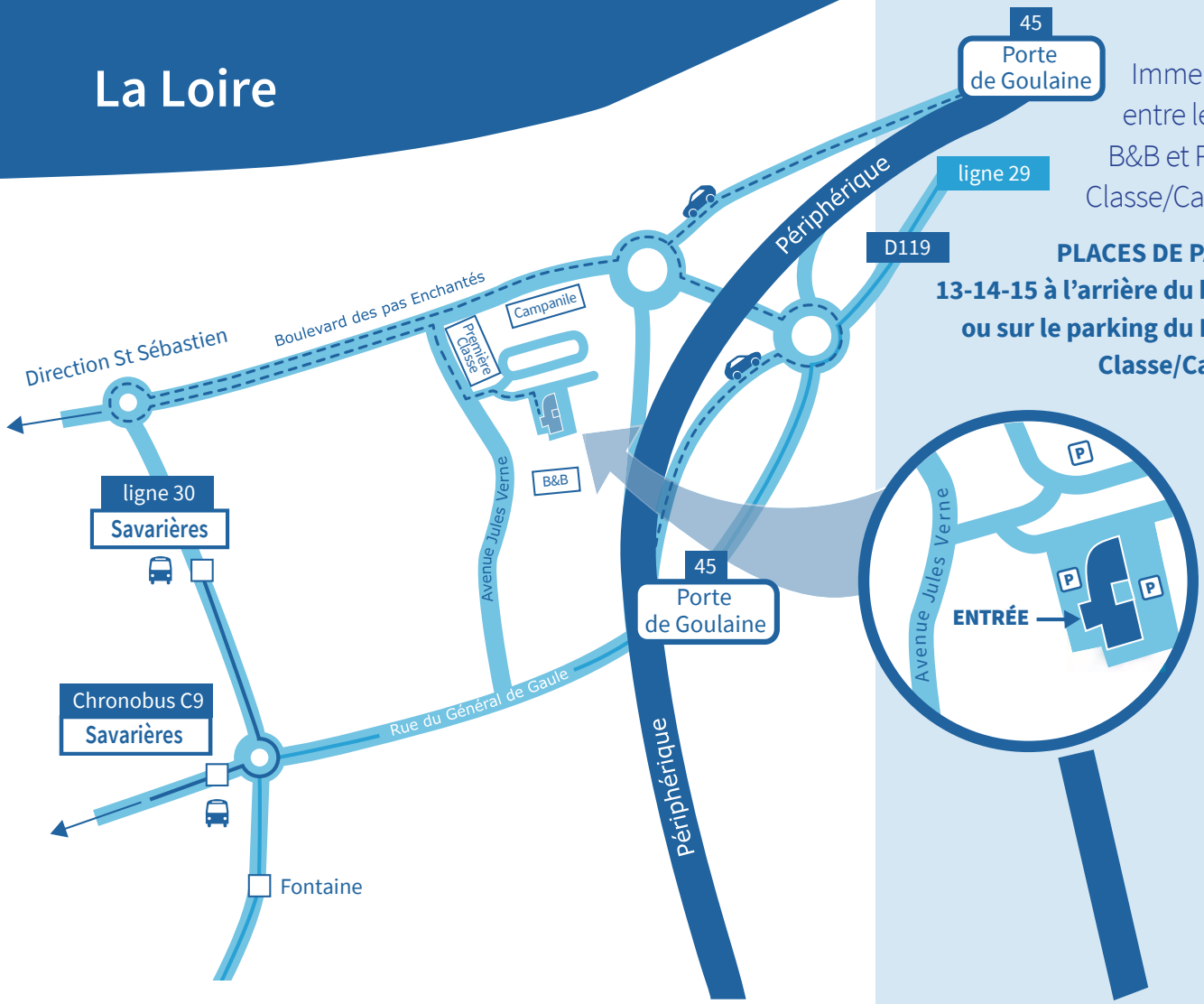


5
salles de formation

La Loire

Immeuble gris entre les hôtels B&B et Première Classe/Campanile

PLACES DE PARKING :
13-14-15 à l'arrière du bâtiment ou sur le parking du Première Classe/Campanile



St-Sébastien-sur-Loire

Parc d'activité des Grésilières
6 bis avenue Jules Verne - 1er étage
44230 SAINT-SÉBASTIEN-SUR-LOIRE
Tél. 02 40 34 59 64 / 06 95 85 40 52
info@cfiatlantique.com - www.cfiatlantique.com

lescop SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES

cfi atlantique