

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE



- **9 programmes de formations**, en présentiel ou en classe virtuelle, pour vous préparer à l'examen du Certificat Digital Assurance
- Chaque programme inclut des modules E-learning pour appréhender l'univers digital et ses impacts dans votre activité



OPCABAIA

Programmes conçus avec OPCABAIA, et en cohérence avec le référentiel du Certificat Digital Assurance

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE

Engager les acteurs de l'assurance dans une démarche globale de transformation digitale



Séverine JARRY LEFORT
Directrice Formations
L'Argus de l'assurance



D'ici à 2020, l'ensemble des salariés de la branche assurance est invité à passer le **Certificat Digital Assurance (CDA)**, créé par la branche en vue de doter tous les salariés des compétences digitales nécessaires à l'exercice de leur métier.

Pour accompagner cette certification, **Opcabaia** a fait appel à **L'Argus de l'Assurance** pour concevoir un parcours de formations complet et en cohérence avec le certificat digital assurance.

Avec 9 programmes, L'Argus de l'Assurance offre les meilleurs experts et praticiens du monde digital, ayant une connaissance approfondie du secteur de l'Assurance, pour permettre aux salariés de la branche assurance de **réussir le passage du certificat digital**. L'Argus de l'Assurance formations s'est associé au Hub Institute, The Persuaders & SLTI.

Tous les programmes de formations sont disponibles en **présentiel** ou en **classe virtuelle**, et incluent un ou plusieurs **modules e-learning**. Les déroulements présentiels sont programmés à Paris, Niort, Bordeaux, Lyon. Ils sont également déclinables en intra, dans votre établissement.

Toutes les formations réalisées dans le cadre du CDA sont éligibles au CPF et à un financement par OPCABAIA.

Au plaisir de vous accueillir prochainement



LES FORMATIONS PROPOSÉES

- **Anticiper les impacts du digital dans votre activité**
 - Formation présentielle p.5
 - Formation en classe virtuelle p.7
- **Comment orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise – site web ou application mobile**
 - Formation présentielle p.9
 - Formation en classe virtuelle p.12
- **Communiquer via les différents canaux digitaux**
 - Formation présentielle p.15
 - Formation en classe virtuelle p.18
- **Définir, comprendre et utiliser internet, intranet et extranet**
 - Formation présentielle p.21
 - Formation en classe virtuelle p.23
- **Gérer la relation client via internet : la nouvelle donne de la révolution digitale**
 - Formation présentielle p.25
 - Formation en classe virtuelle p.28
- **La communication 2.0**
 - Formation présentielle p.31
 - Formation en classe virtuelle p.33
- **La maîtrise de son environnement informatique : gérer et organiser le poste de travail**
 - Formation présentielle p.35
 - Formation en classe virtuelle p.38
- **Sécurité informatique et usages digitaux : comment agir au quotidien**
 - Formation présentielle p.40
 - Formation en classe virtuelle p.42
- **Surfer et rechercher sur internet**
 - Formation présentielle p.44
 - Formation en classe virtuelle p.46
- **Modalités pédagogiques** p.48
- **Calendrier des programmes** p.50

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE : RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS ET DE COMPÉTENCES

Le référentiel d'activités et de compétences du CDA s'exprime en 9 activités clés. Il a pour objectif de lister, face à chaque activité, diverses compétences qui seront ensuite évaluées en vue de l'obtention de la certification. Pour chaque activité, L'Argus de l'assurance, en collaboration avec OPCABAIA, a élaboré un ou plusieurs programmes de formations permettant aux salariés de la branche de se former dans l'objectif de réussir le passage du certificat. Ci-dessous, vous pourrez découvrir les programmes recommandés face à chaque activité du référentiel.

Activité du référentiel	Programme(s) de formation recommandé(s)
1 Exercice de son métier dans un environnement digital	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anticiper les impacts du digital dans votre activité ■ Gérer la relation client via internet : la nouvelle donne de la révolution digitale
2 Communication via les différents canaux digitaux (e-mail, chat, visio,...)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Communiquer via les différents canaux digitaux
3 Orientation d'un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comment orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise – site web ou application mobile
4 Utilisation responsable des outils digitaux de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sécurité informatique et usages digitaux : comment agir au quotidien ■ Communiquer via les différents canaux digitaux ■ Comment orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise – site web ou application mobile
5 Utilisation et gestion de la documentation numérique professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comment orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise – site web ou application mobile ■ Surfer et rechercher sur internet
6 Gestion de son poste de travail informatique	<ul style="list-style-type: none"> ■ La maîtrise de son environnement informatique : gérer et organiser le poste de travail ■ La communication écrite 2.0
7 Utilisation des outils numériques nomades (ordiphone, tablettes, ordinateurs portables...)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comment orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise – site web ou application mobile
8 Recherche d'information sur intranet et/ou internet	<ul style="list-style-type: none"> ■ Définir, comprendre et utiliser internet, intranet et extranet
9 Utilisation des outils de travail collaboratif	<ul style="list-style-type: none"> ■ Communiquer via les différents canaux digitaux

ANTICIPER LES IMPACTS DU DIGITAL DANS VOTRE ACTIVITE

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Percevoir les principales évolutions liées au digital ayant un impact sur l'activité des sociétés d'assurances
- Appréhender les applications et usages nouveaux permis par les outils technologiques de l'information et de la communication, leurs principaux impacts sur les métiers et les organisations du travail dans les sociétés d'assurance
- Appréhender les principales conséquences de l'apparition de nouvelles entreprises ou de nouveaux services sur le marché des sociétés d'assurances (nouveaux entrants, réseaux sociaux, comparateurs, entreprises de l'internet)
- Pouvoir utiliser le vocabulaire essentiel de la transformation numérique de l'assurance (par exemple : assurance à l'usage, objets connectés, etc.)
- Comprendre les profondes modifications des relations avec les clients de l'entreprise, en matière de prospection, innovation, développement de services, fidélisation des clients, etc.

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre comment anticiper les impacts du digital dans votre activité

PREREQUIS ET CRITERES D'ADMISSION

Connaître l'environnement général Windows

PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : ANTICIPER LES IMPACTS DU DIGITAL DANS VOTRE ACTIVITE

Comprendre les évolutions du web

Du Web 1.0 (des portails et de la recherche) au Web 2.0 (la personnalisation et les médias sociaux)

Nouvelle évolution : les objets connectés, le machine learning, l'intelligence artificielle

Comment les « GAFA » (Google, Apple, Facebook, Amazon) sont devenus les leaders de l'économie mondiale

Appréhender les bouleversements pour les clients et vos sociétés

Quels sont les usages issus du digital liés au client

- Le client ambassadeur, le client comparateur, le client mécontent, le client multi-identitaire, ...

Intégrer les nouveaux canaux relationnels (réseaux sociaux, ...)

Mieux comprendre son client et son comportement (Big Data, multicanal)

Mieux comprendre les technologies et les concurrents / partenaires (marketplaces, ...)

Les nouvelles composantes du marketing

MODULE E-LEARNING : COMPRENDRE LE NOUVEAU CONTEXTE NUMÉRIQUE

Comprendre les enjeux de la disruption digitale au sein de votre structure

- La formation aborde successivement 3 facteurs de la révolution numérique : le consommateur connecté, la concurrence des startups et les GAFA.
- Le consommateur connecté est omnicanal. Il s'informe, communique et achète ce qu'il veut, où, et quand il veut via son mobile, des accessoires connectés (« wearables »), et les réseaux sociaux.
- Finalement, le consommateur connecté pose un véritable challenge aux marques, celles-ci devant se réinventer à l'heure du digital. Les startups ultra innovantes et hyper agiles répondent à ces nouveaux enjeux technologiques, tout en défiant les modèles économiques des acteurs traditionnels.
- Partis de petites startups, les GAFA sont aujourd'hui des géants leaders de l'internet. Les entreprises doivent donc innover plus vite et mieux qu'avant sous peine de se faire « uberiser ».

ANTICIPER LES IMPACTS DU DIGITAL DANS VOTRE ACTIVITE

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours – 90 mn par session, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Percevoir les principales évolutions liées au digital ayant un impact sur l'activité des sociétés d'assurances
- Appréhender les applications et usages nouveaux permis par les outils technologiques de l'information et de la communication, leurs principaux impacts sur les métiers et les organisations du travail dans les sociétés d'assurance
- Appréhender les principales conséquences de l'apparition de nouvelles entreprises ou de nouveaux services sur le marché des sociétés d'assurances (nouveaux entrants, réseaux sociaux, comparateurs, entreprises de l'internet)
- Pouvoir utiliser le vocabulaire essentiel de la transformation numérique de l'assurance (par exemple : assurance à l'usage, objets connectés, etc.)
- Comprendre les profondes modifications des relations avec les clients de l'entreprise, en matière de prospection, innovation, développement de services, fidélisation des clients, etc.

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre comment anticiper les impacts du digital dans votre activité

PREREQUIS ET CRITERES D'ADMISSION

Connaître l'environnement général Windows



PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : ANTICIPER LES IMPACTS DU DIGITAL DANS VOTRE ACTIVITE

Module 1 - Evolution du Web

- Du Web 1.0 (des portails et de la recherche) au Web 2.0 (la personnalisation et les médias sociaux)
- Nouvelle évolution : les objets connectés, le machine learning, l'intelligence artificielle
- Comment les « GAFA » (Google, Apple, Facebook, Amazon) sont devenus les leaders de l'économie mondiale ?

Module 2 - Nouveaux usages et nouveaux canaux relationnels

- Quels sont les usages issus du digital liés au client : le client ambassadeur, le client comparateur, le client mécontent, le client multi-identitaire, ...
- Intégrer les nouveaux canaux relationnels (réseaux sociaux, ...)

Module 3 - Les nouveaux composants du marketing : de la data à l'écosystème marketing

- Mieux comprendre son client et son comportement (Big Data multicanal)
- Mieux comprendre les technologies et les concurrents / partenaires (marketplaces, ...)
- Les nouvelles composantes du marketing

MODULE E-LEARNIG : COMPRENDRE LE NOUVEAU CONTEXTE NUMÉRIQUE

Comprendre les enjeux de la disruption digitale au sein de votre structure

- La formation aborde successivement 3 facteurs de la révolution numérique : le consommateur connecté, la concurrence des startups et les GAFA.
- Le consommateur connecté est omnicanal. Il s'informe, communique et achète ce qu'il veut, où, et quand il veut via son mobile, des accessoires connectés (« wearables »), et les réseaux sociaux.
- Finalement, le consommateur connecté pose un véritable challenge aux marques, celles-ci devant se réinventer à l'heure du digital. Les startups ultra innovantes et hyper agiles répondent à ces nouveaux enjeux technologiques, tout en défiant les modèles économiques des acteurs traditionnels.
- Partis de petites startups, les GAFA sont aujourd'hui des géants leaders de l'internet. Les entreprises doivent donc innover plus vite et mieux qu'avant sous peine de se faire « uberiser ».

COMMENT ORIENTER UN INTERLOCUTEUR SUR LES DIFFERENTS OUTILS NUMERIQUES D'INTERACTION DE L'ENTREPRISE – SITE WEB OU APPLICATION MOBILE

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Comprendre les composantes de l' « écosystème » digital de leur entreprise : site Internet, application mobile, médias sociaux
- Savoir comment accompagner les clients dans le bon usage des services et fonctionnalités proposés sur les canaux digitaux

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public mais notamment les téléconseillers/web conseillers

PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : COMMENT ORIENTER UN INTERLOCUTEUR SUR LES DIFFERENTS OUTILS NUMERIQUES D'INTERACTION DE L'ENTREPRISE – SITE WEB OU APPLICATION MOBILE

Comment orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise

Les usages digitaux des clients

- Un site Internet qui s'enrichit de fonctionnalités : avis clients, compte client, coffre-fort numérique, etc.
- Les usages mobiles
- Les usages de recherche : comparaison, avis client, réseaux sociaux...
- Les usages de comportement : objets connectés, archivage d'informations en ligne, relation en temps réel, ...

Accompagner le client sur le site Internet et l'application mobile de l'entreprise

- Exemple de parcours types
- Comment guide un internaute sur un site internet
- Comment guider un internaute sur une application mobile
- Quels sont les points de vigilance à avoir dans le discours

MODULE E-LEARNIG 1 : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quels outils utiliser pour chercher de l'information ? Et, comment favoriser le partage de sa veille efficacement ?
- Aujourd'hui, chacun a accès à l'information de manière quasi immédiate, et ce n'importe où. Internet met à la disposition de tous une masse considérable d'informations, mais elles ne sont pas toujours pertinentes et fiables.
- Le premier outil pour rechercher de l'information est le moteur de recherche, notamment celui de Google. Avec internet, les médias s'adaptent au digital en créant leur propre sites d'informations et d'actualités.
- Les sources d'informations collaboratives permettent de consommer, produire et partager de l'information. Wikipédia et les réseaux sociaux constituent des sources inépuisables d'informations.
- Le flux de RSS, les alertes personnalisées, les newsletters et les groupes Facebook sont des outils favorisant la veille et le partage d'informations.

MODULE E-LEARNIG 2 : DECOUVRIR ET UTILISER LE WEB MOBILE

Connaître les tendances et les chiffres clés du web mobile et sensibiliser les collaborateurs aux utilisations de leur smartphone

- La formation aborde successivement les chiffres, les tendances et les usages du mobile aujourd'hui.
- En France, le smartphone est devenu la norme en termes de téléphone mobile. 70% des français ont un smartphone qu'ils consultent en moyenne 10 fois par heure. Aujourd'hui, plus de la moitié du trafic web total vient du mobile.
- Les tendances principales du mobile sont : l'expérience connectée (connectant votre smartphone aux autres devices de votre environnement), la révolution de la 5G, le nouveau marketing mobile, le M-commerce, le mobile au cœur de l'écosystème IoT, et la vie privée & sécurité.
- Les applications mobiles deviennent une interface essentielle et très utile pour les collaborateurs. Elles vous permettent d'échanger, de commenter et de partager. De l'installation à la mise en pratique, on vous explique tout

Une formation sous forme de vidéos et de quizz

- Modalités techniques : Durée de 20 minutes pour le module. Consultation de vidéos et réponses à des questions en lien vers le contenu
- Accès au module de E-learning via la plateforme 360Learning. Module accessible pendant 1 mois à partir de la réception de l'invitation de connexion

MODULE E-LEARNIG 3 : MAITRISER LES PLATEFORMES DE MARQUES

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quelles sont les plateformes de ma marque ? Pourquoi bien communiquer sur ces plateformes et comment y arriver ?
- Les plateformes de mon entreprise sont d'abord le site internet officiel, le(s) blog(s), et le(s) forum(s). Mais, elles regroupent également tous les réseaux sociaux de la marque comme Facebook, Twitter ou LinkedIn.
- Avoir des plateformes de marque, c'est être visible et pouvoir communiquer avec vos clients. En formant vos collaborateurs à utiliser et communiquer positivement sur ces plateformes, vous créez des ambassadeurs.
- Pour bien communiquer sur les plateformes de votre entreprise et avoir les bons réflexes, vous pouvez mettre en place des formations et un guide des bonnes pratiques. Vous pouvez également proposer une formation au social selling par exemple

COMMENT ORIENTER UN INTERLOCUTEUR SUR LES DIFFERENTS OUTILS NUMERIQUES D'INTERACTION DE L'ENTREPRISE – SITE WEB OU APPLICATION MOBILE

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Comprendre les composantes de l' « écosystème » digital de leur entreprise : site Internet, application mobile, médias sociaux
- Savoir comment accompagner les clients dans le bon usage des services et fonctionnalités proposés sur les canaux digitaux

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre orienter un interlocuteur sur les différents outils numériques d'interaction de l'entreprise.

PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : COMMENT ORIENTER UN INTERLOCUTEUR SUR LES DIFFERENTS OUTILS NUMERIQUES D'INTERACTION DE L'ENTREPRISE – SITE WEB OU APPLICATION MOBILE

Module 1 - Les usages digitaux des clients

- Un site Internet qui s'enrichit de fonctionnalités : avis clients, compte client, coffre-fort numérique, etc.
- Les usages mobiles
- Les usages de recherche : comparaison, avis client, réseaux sociaux...
- Les usages de comportement : objets connectés, archivage d'informations en ligne, relation en temps réel, ...

Module 2 - Accompagner le client sur le site Internet

- Exemple de parcours types
- Comment guide un internaute sur un site internet
- Quels sont les points de vigilance à avoir dans le discours

Module 3 - Accompagner le client sur l'application mobile de l'entreprise

- Exemple de parcours types
- Comment guider un internaute sur une application mobile
- Quels sont les points de vigilance à avoir dans le discours

MODULE E-LEARNIG 1 : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quels outils utiliser pour chercher de l'information ? Et, comment favoriser le partage de sa veille efficacement ?
- Aujourd'hui, chacun a accès à l'information de manière quasi immédiate, et ce n'importe où. Internet met à la disposition de tous une masse considérable d'informations, mais elles ne sont pas toujours pertinentes et fiables.
- Le premier outil pour rechercher de l'information est le moteur de recherche, notamment celui de Google. Avec internet, les médias s'adaptent au digital en créant leur propre sites d'informations et d'actualités.
- Les sources d'informations collaboratives permettent de consommer, produire et partager de l'information. Wikipédia et les réseaux sociaux constituent des sources inépuisables d'informations.
- Le flux de RSS, les alertes personnalisées, les newsletters et les groupes Facebook sont des outils favorisant la veille et le partage d'informations.

MODULE E-LEARNIG 2 : DECOUVRIR ET UTILISER LE WEB MOBILE

Connaître les tendances et les chiffres clés du web mobile et sensibiliser les collaborateurs aux utilisations de leur smartphone

- La formation aborde successivement les chiffres, les tendances et les usages du mobile aujourd'hui.
- En France, le smartphone est devenu la norme en termes de téléphone mobile. 70% des français ont un smartphone qu'ils consultent en moyenne 10 fois par heure. Aujourd'hui, plus de la moitié du trafic web total vient du mobile.

- Les tendances principales du mobile sont : l'expérience connectée (connectant votre smartphone aux autres devices de votre environnement), la révolution de la 5G, le nouveau marketing mobile, le M-commerce, le mobile au cœur de l'écosystème IoT, et la vie privée & sécurité.
- Les applications mobiles deviennent une interface essentielle et très utile pour les collaborateurs. Elles vous permettent d'échanger, de commenter et de partager. De l'installation à la mise en pratique, on vous explique tout

MODULE E-LEARNIG 3 : MAITRISER LES PLATEFORMES DE MARQUES

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quelles sont les plateformes de ma marque ? Pourquoi bien communiquer sur ces plateformes et comment y arriver ?
- Les plateformes de mon entreprise sont d'abord le site internet officiel, le(s) blog(s), et le(s) forum(s). Mais, elles regroupent également tous les réseaux sociaux de la marque comme Facebook, Twitter ou LinkedIn.
- Avoir des plateformes de marque, c'est être visible et pouvoir communiquer avec vos clients. En formant vos collaborateurs à utiliser et communiquer positivement sur ces plateformes, vous créez des ambassadeurs.
- Pour bien communiquer sur les plateformes de votre entreprise et avoir les bons réflexes, vous pouvez mettre en place des formations et un guide des bonnes pratiques. Vous pouvez également proposer une formation au social selling par exemple

COMMUNIQUER VIA LES DIFFERENTS CANAUX DIGITAUX

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Comprendre quels sont les canaux digitaux aujourd'hui utilisables par les entreprises
- Connaître quelles sont les questions à se poser pour les intégrer efficacement dans les pratiques des métiers
- Comprendre quels sont les fonctionnements de ces derniers (Twitter, Facebook, ...)

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre l'évolution de la révolution digitale, du passage du 2.0 au 3, voire 4.0 (internet des objets). Cette formation est une sensibilisation.

PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : BIEN COMMUNIQUER AVEC LES OUTILS DIGITAUX

Communiquer via les différents canaux digitaux

Quand la communication se digitalise

- Quels sont les apports du digital pour la communication ? (fluidité, temps réel, format interactif, pas de frein à l'usage par les clients déjà habitués dans leur communication personnelle...)
- Panorama des réseaux sociaux en 2017 (facebook, twitter, instagram, etc.) : leurs publics, leurs « objectifs », leurs « usages »

Quels sont les codes à respecter de la communication digitale

- Les emails : quels sont les codes pour envoyer des emails sans spammer les destinataires ? (les formules à utiliser, les emails à éviter, ...)
- Focus sur la gestion de sa réputation numérique : enjeux, paramètres de confidentialité, charte éthique
- Initiation à la communication sur les réseaux sociaux : les codes et règles à respecter lorsqu'on publie des messages publics, quand on utilise la conversation tchat

Quels sont les droits à respecter sur internet (cadre légal) : ce qu'il ne faut pas faire, ce qu'il faut identifier comme frauduleux, illégal

MODULE E-LEARNIG 1 : BIEN COMMUNIQUER AVEC LES OUTILS DIGITAUX

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique et se se familiariser les collaborateurs aux outils digitaux

- La formation aborde successivement les 4 étapes du parcours client : la découverte, la conviction, l'achat, et la recommandation. Chaque étape correspond à un ou plusieurs outils digitaux.
- La phase de découverte consiste à attirer l'attention du client. Avec le digital, les tactiques ont évolué, on retrouve alors le référencement (SEO ou SEA), les newsletters, et les réseaux sociaux qui permettent à la marque de véhiculer une identité forte.
- Lors de la phase de conviction, le consommateur recherche de l'information pour comparer les produits, les services et les offres d'une marque. Le client peut alors se renseigner sur les sites internet, les blogs, et les réseaux sociaux.
- L'étape de l'achat repose sur les points de contacts où le consommateur peut se procurer le produit. Aujourd'hui, les points de ventes se digitalisent. Il est donc possible de trouver son produit sur son smartphone, sa tablette, ou même sa montre connectée.
- Les recommandations permettent de fidéliser ses clients grâce aux newsletters et aux réseaux sociaux qui personnalisent chaque prise de contact.

MODULE E-LEARNIG 2 : COMMUNIQUER SUR LES MEDIAS SOCIAUX

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique et se familiariser les collaborateurs aux outils digitaux

- La formation aborde successivement les différents réseaux sociaux qui composent la sphère digitale aujourd'hui.
- Les médias sociaux ont révolutionné la façon dont les personnes interagissent entre elles. De nombreux réseaux sont apparus comme Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn... d'autres sont passés dans le paysage digital avant de décliner, comme MySpace, Copains D'avant, ou encore Google+.
- Les marques et les entreprises ont bien compris l'intérêt d'être présentes sur les médias sociaux, pour communiquer sur leurs produits, leurs services, et pour gérer leur E-réputation.
- Ici, vous découvrirez les principaux chiffres et utilisation des réseaux sociaux

COMMUNIQUER VIA LES DIFFERENTS CANAUX DIGITAUX

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Identifier quels sont les canaux digitaux aujourd'hui utilisables par les entreprises
- Comprendre comment ils sont intégrés dans les pratiques des métiers
- Comprendre les grands principes de fonctionnements de ces derniers (Twitter, Facebook, ...)

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre l'évolution de la révolution digitale, du passage du 2.0 au 3, voire 4.0 (internet des objets). Cette formation est une sensibilisation.

PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : COMMUNIQUER VIA LES DIFFERENTS CANAUX DIGITAUX

Module 1 - La digitalisation de la communication

- Quels sont les apports du digital pour la communication ? (fluidité, temps réel, format interactif, pas de frein à l'usage par les clients déjà habitués dans leur communication personnelle...)
- Panorama des réseaux sociaux en 2017 (facebook, twitter, instagram, etc.) : leurs publics, leurs « objectifs », leurs « usages »

Module 2 - Quels sont les codes à respecter de la communication digitale

- Les emails : quels sont les codes pour envoyer des emails sans spammer les destinataires ? (les formules à utiliser, les emails à éviter, ...)
- Focus sur la gestion de sa réputation numérique : enjeux, paramètres de confidentialité, charte éthique
- Initiation à la communication sur les réseaux sociaux

Module 3 - Quels sont les droits à respecter sur internet (cadre légal) : ce qu'il ne faut pas faire, ce qu'il faut identifier comme frauduleux, illégal

MODULE E-LEARNIG 1 : BIEN COMMUNIQUER AVEC LES OUTILS DIGITAUX

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique et se familiariser les collaborateurs aux outils digitaux

- La formation aborde successivement les 4 étapes du parcours client : la découverte, la conviction, l'achat, et la recommandation. Chaque étape correspond à un ou plusieurs outils digitaux.
- La phase de découverte consiste à attirer l'attention du client. Avec le digital, les tactiques ont évolué, on retrouve alors le référencement (SEO ou SEA), les newsletters, et les réseaux sociaux qui permettent à la marque de véhiculer une identité forte.
- Lors de la phase de conviction, le consommateur recherche de l'information pour comparer les produits, les services et les offres d'une marque. Le client peut alors se renseigner sur les sites internet, les blogs, et les réseaux sociaux.
- L'étape de l'achat repose sur les points de contacts où le consommateur peut se procurer le produit. Aujourd'hui, les points de ventes se digitalisent. Il est donc possible de trouver son produit sur son smartphone, sa tablette, ou même sa montre connectée.
- Les recommandations permettent de fidéliser ses clients grâce aux newsletters et aux réseaux sociaux qui personnalisent chaque prise de contact.

MODULE E-LEARNIG 2 : COMMUNIQUER SUR LES MEDIAS SOCIAUX

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique et se familiariser les collaborateurs aux outils digitaux

- La formation aborde successivement les différents réseaux sociaux qui composent la sphère digitale aujourd'hui.
- Les médias sociaux ont révolutionné la façon dont les personnes interagissent entre elles. De nombreux réseaux sont apparus comme Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn... d'autres sont passés dans le paysage digital avant de décliner, comme MySpace, Copains D'avant, ou encore Google+.
- Les marques et les entreprises ont bien compris l'intérêt d'être présentes sur les médias sociaux, pour communiquer sur leurs produits, leurs services, et pour gérer leur E-réputation.
- Ici, vous découvrirez les principaux chiffres et utilisation des réseaux sociaux

DEFINIR, COMPRENDRE ET UTILISER INTERNET, INTRANET ET EXTRANET

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Comprendre les principales différences entre internet/intranet/extranet
- Comprendre les usages de ces différents outils
- Appréhender la recherche d'information sur ces différents outils

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémie LECLERC Formateur SLTI
- Nisrine CHOLAK Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Natacha AUBRY Formateur SLTI
- Ludovic KELLER Formateur SLTI

PUBLICS

Tout public

 PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : DEFINIR, COMPRENDRE ET UTILISER INTERNET, INTRANET ET EXTRANET

Internet

- Définir Internet : qu'est-ce qu'Internet
- Comprendre Internet : comment fonctionne Internet et son utilité
- Utiliser Internet : les utilisations d'Internet

Intranet

- Définir Intranet : qu'est-ce qu'Intranet
- Comprendre Intranet : comment fonctionne Intranet et son utilité
- Utiliser Intranet : les utilisations d'Intranet

Extranet

- Définir Extranet : qu'est-ce qu'Extranet
- Comprendre Extranet : comment fonctionne Extranet et son utilité
- Utiliser Extranet : les utilisations d'Extranet

MODULE E-LEARNIG : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quels outils utiliser pour chercher de l'information ? Et, comment favoriser le partage de sa veille efficacement ?
- Aujourd'hui, chacun a accès à l'information de manière quasi immédiate, et ce n'importe où. Internet met à la disposition de tous une masse considérable d'informations, mais elles ne sont pas toujours pertinentes et fiables.

DEFINIR, COMPRENDRE ET UTILISER INTERNET, INTRANET ET EXTRANET

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours – (90 mn + 2x60 mn), accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIF

- Définir, comprendre et utiliser Internet, Intranet et Extranet

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémy LECLERC Formateur SLTI
- Nisrine CHOLAK Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Natacha AUBRY Formateur SLTI
- Ludovic KELLER Formateur SLTI

PUBLICS

Tout public

PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : DEFINIR, COMPRENDRE ET UTILISER INTERNET, INTRANET ET EXTRANET

Module 1 - Le Web 3.0

- Définir Internet : historique et évolution
- Comprendre Internet : fonctionnement, rôle du protocole, découpage d'une url
- Utiliser Internet : navigation, téléchargement, récupération d'informations

Module 2 - intranet vers le collaboratif

- Définir Intranet : différence avec internet et évolutions
- Comprendre Intranet : fonctionnement et utilité
- Utiliser Intranet

Module 3 - de l'intranet à l'extranet

- Définir Extranet
- Comprendre Extranet : fonctionnement, utilité et évolutions
- Utiliser Extranet

MODULE E-LEARNIG : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITALMODULE E-LEARNIG : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quels outils utiliser pour chercher de l'information ? Et, comment favoriser le partage de sa veille efficacement ?
- Aujourd'hui, chacun a accès à l'information de manière quasi immédiate, et ce n'importe où. Internet met à la disposition de tous une masse considérable d'informations, mais elles ne sont pas toujours pertinentes et fiables.
- Le premier outil pour rechercher de l'information est le moteur de recherche, notamment celui de Google. Avec internet, les médias s'adaptent au digital en créant leur propre sites d'informations et d'actualités.
- Les sources d'informations collaboratives permettent de consommer, produire et partager de l'information. Wikipédia et les réseaux sociaux constituent des sources inépuisables d'informations.
- Le flux de RSS, les alertes personnalisées, les newsletters et les groupes Facebook sont des outils favorisant la veille et le partage d'informations

GERER LA RELATION CLIENT VIA INTERNET : LA NOUVELLE DONNE DE LA REVOLUTION DIGITALE

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Comprendre les nouveaux comportements et demandes des clients
- Identifier les nouvelles exigences des clients en termes de service permises par les outils digitaux (par exemple : clients souhaitant pouvoir avoir un accès rapide et à toute heure aux informations ou aux services sur le site de l'entreprise)
- Prendre en compte la capacité des clients à comparer les informations sur les entreprises et leurs services (par exemple : utilisation de comparateurs, d'avis postés sur internet ou les réseaux sociaux, ...)

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre l'évolution de la révolution digitale, du passage du 2.0 au 3, voire 4.0 (internet des objets)

 PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : GERER LA RELATION CLIENT VIA INTERNET : LA NOUVELLE DONNE DE LA REVOLUTION DIGITALE

De la relation client à l'expérience client

- Quels sont les changements dans les usages des clients via Internet ? (la comparaison, la relation synchrone via tchat, la relation via les médias sociaux, les avis clients, ...)
- Quels sont les parcours client aujourd'hui par rapport à l'assurance ? (en avant-vente et après-vente)

Quels sont les outils et méthodes que peuvent intégrer les entreprises et comment ?

- Les FAQ et FAQ collaboratives
- Le compte client
- Les réseaux sociaux dont le bot messaging
- Le tchat
- La vidéo
- L'expertise des vendeurs

Quelles sont les règles à respecter ?

- Écrire les règles de l'expérience client en 2017
- Quels sont les freins à leur déploiement et à lever ?

MODULE E-LEARNIG 1 : COMPRENDRE LE NOUVEAU CONTEXTE DU NUMÉRIQUE

Découvrir les 3 facteurs de la révolution numérique

- La formation aborde successivement 3 facteurs de la révolution numérique : le consommateur connecté, la concurrence des startups et les GAFAs.
- Le consommateur connecté est omnicanal. Il s'informe, communique et achète ce qu'il veut, où, et quand il veut via son mobile, des accessoires connectés (« wearables »), et les réseaux sociaux.
- Finalement, le consommateur connecté pose un véritable challenge aux marques, celles-ci devant se réinventer à l'heure du digital. Les startups ultra innovantes et hyper agiles répondent à ces nouveaux enjeux technologiques, tout en défiant les modèles économiques des acteurs traditionnels.
- Partis de petites startups, les GAFAs sont aujourd'hui des géants leaders de l'internet. Les entreprises doivent donc innover plus vite et mieux qu'avant sous peine de se faire « uberiser ».

MODULE E-LEARNIG 2 : MAÎTRISER LES PLATEFORMES DE MARQUE

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quelles sont les plateformes de ma marque ? Pourquoi bien communiquer sur ces plateformes et comment y arriver ?
- Les plateformes de mon entreprise sont d'abord le site internet officiel, le(s) blog(s), et le(s) forum(s). Mais, elles regroupent également tous les réseaux sociaux de la marque comme Facebook, Twitter ou LinkedIn.

- Avoir des plateformes de marque, c'est être visible et pouvoir communiquer avec vos clients. En formant vos collaborateurs à utiliser et communiquer positivement sur ces plateformes, vous créez des ambassadeurs.
- Pour bien communiquer sur les plateformes de votre entreprise et avoir les bons réflexes, vous pouvez mettre en place des formations et un guide des bonnes pratiques. Vous pouvez également proposer une formation au social selling par exemple.

GERER LA RELATION CLIENT VIA INTERNET : LA NOUVELLE DONNE DE LA REVOLUTION DIGITALE

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Comprendre les nouveaux comportements et demandes des clients
- Identifier les nouvelles exigences des clients en termes de service permises par les outils digitaux
- Prendre en compte la capacité des clients à comparer les informations sur les entreprises et leurs services

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Cédric DENIAUD Directeur Général The Persuaders
- Pauline DESMARET Consultante The Persuaders
- Julia BENCHETRIT Consultante The Persuaders

PUBLICS

Tout public cherchant à savoir comment gérer la relation client via internet

PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : GERER LA RELATION CLIENT VIA INTERNET : LA NOUVELLE DONNE DE LA REVOLUTION DIGITALE

Module 1 De la relation client à l'expérience client

- Quels sont les changements dans les usages des clients via Internet ? (la comparaison, la relation synchrone via tchat, la relation via les médias sociaux, les avis clients, ...)
- Quels sont les parcours client aujourd'hui par rapport à l'assurance ? (en avant-vente et après-vente)

Module 2 Quels sont les outils et méthodes que peuvent intégrer les entreprises et comment ?

- Les FAQ et FAQ collaboratives
- Le compte client
- Les réseaux sociaux dont le bot messaging
- Le tchat
- La vidéo
- L'expertise des vendeurs

Module 3 Quelles sont les règles à respecter ?

- Écrire les règles de l'expérience client en 2017
- Quels sont les freins à leur déploiement et à lever ?

MODULE E-LEARNIG 1 : COMPRENDRE LE NOUVEAU CONTEXTE DU NUMÉRIQUE

Découvrir les 3 facteurs de la révolution numérique

- La formation aborde successivement 3 facteurs de la révolution numérique : le consommateur connecté, la concurrence des startups et les GAFAs.
- Le consommateur connecté est omnicanal. Il s'informe, communique et achète ce qu'il veut, où, et quand il veut via son mobile, des accessoires connectés (« wearables »), et les réseaux sociaux.
- Finalement, le consommateur connecté pose un véritable challenge aux marques, celles-ci devant se réinventer à l'heure du digital. Les startups ultra innovantes et hyper agiles répondent à ces nouveaux enjeux technologiques, tout en défiant les modèles économiques des acteurs traditionnels.
- Partis de petites startups, les GAFAs sont aujourd'hui des géants leaders de l'internet. Les entreprises doivent donc innover plus vite et mieux qu'avant sous peine de se faire « uberiser ».

MODULE E-LEARNIG 2 : MAÎTRISER LES PLATEFORMES DE MARQUE

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quelles sont les plateformes de ma marque ? Pourquoi bien communiquer sur ces plateformes et comment y arriver ?
- Les plateformes de mon entreprise sont d'abord le site internet officiel, le(s) blog(s), et le(s) forum(s). Mais, elles regroupent également tous les réseaux sociaux de la marque comme Facebook, Twitter ou LinkedIn.

- Avoir des plateformes de marque, c'est être visible et pouvoir communiquer avec vos clients. En formant vos collaborateurs à utiliser et communiquer positivement sur ces plateformes, vous créez des ambassadeurs.
- Pour bien communiquer sur les plateformes de votre entreprise et avoir les bons réflexes, vous pouvez mettre en place des formations et un guide des bonnes pratiques. Vous pouvez également proposer une formation au social selling par exemple.

LA COMMUNICATION 2.0

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIF

- Rédiger le message parfait en utilisant le bon outil

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémie LECLERC Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Nisrine CHOLAK Formateur SLTI
- Christine BILLY Formateur SLTI
- Natacha AUBRY Formateur SLTI

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre comment anticiper les impacts du digital dans votre activité



PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : LA COMMUNICATION ECRITE 2.0

Les différents canaux

- Déterminer et différencier les canaux

Méthodologie d'envoi

- Les outils d'envoi
- Le courriel
- La messagerie instantanée
- Les SMS

Les styles et langages

- Les différents styles d'écriture et leurs formats
- Les différents langages en fonction des canaux

MODULE E-LEARNIG 1 : PASSER AUX OUTILS COLLABORATIFS INTERNES

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique et comprendre ce qui est permis ou proscrits en matière de réseaux sociaux d'entreprise

- La formation aborde successivement les différents outils collaboratifs, leur utilisation et les bonnes pratiques.
- Les outils collaboratifs sont les réseaux sociaux d'entreprises (Workplace), les plateformes collaboratives (Slack), les social games ou encore le E-Learning (MOOC, SPOC, COOC). Ils permettent d'acquérir des compétences autrement, en plus d'un accès rapide et direct à l'information.
- Il est nécessaire d'évaluer et de mesurer les contenus internes pour évaluer leur impact positif ou négatif.
- Les indicateurs sont les taux de réponses, les tests de connaissances ou encore les sondages.
- Le partage de contenu ne se fait pas qu'en interne. Partager du contenu avec l'extérieur est aussi important car cela améliore vos connaissances, votre réseau et même votre légitimité interne.
- Vous pouvez également vous inspirer des bonnes pratiques des autres entreprises comme La Société Générale, où un collaborateur présente chaque jour les coulisses de son métier sur Twitter

MODULE E-LEARNIG 2 : COMMUNIQUER SUR LES MEDIAS SOCIAUX

Familiariser les équipes aux réseaux sociaux actuelles

- La formation aborde successivement les différents réseaux sociaux qui composent la sphère digitale aujourd'hui.
- Les médias sociaux ont révolutionné la façon dont les personnes interagissent entre elles. De nombreux réseaux sont apparus comme Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn... d'autres sont passés dans le paysage digital avant de décliner, comme MySpace, Copains D'avant, ou encore Google+.
- Les marques et les entreprises ont bien compris l'intérêt d'être présentes sur les médias sociaux, pour communiquer sur leurs produits, leurs services, et pour gérer leur E-réputation.
- Ici, vous découvrirez les principaux chiffres et utilisation des réseaux sociaux.

LA COMMUNICATION 2.0

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIF

- Rédiger le message parfait en utilisant le bon outil

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémy LECLERC Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Nisrine CHOLAK Formateur SLTI
- Christine BILLY Formateur SLTI
- Natacha AUBRY Formateur SLTI

PUBLICS

Tout public

PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : LA COMMUNICATION 2.0

Module 1 - Les différents canaux

- Déterminer et différencier les canaux

Module 2 - Méthodologie d'envoi

- Les outils d'envoi
- Le courriel
- La messagerie instantanée
- Les SMS

Module 3 - Les styles et langages

- Les différents styles d'écriture et leurs formats
- Les différents langages en fonction des canaux

MODULE E-LEARNIG 1 : PASSER AUX OUTILS COLLABORATIFS INTERNES

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique et comprendre ce qui est permis ou proscrits en matière de réseaux sociaux d'entreprise

- La formation aborde successivement les différents outils collaboratifs, leur utilisation et les bonnes pratiques.
- Les outils collaboratifs sont les réseaux sociaux d'entreprises (Workplace), les plateformes collaboratives (Slack), les social games ou encore le E-Learning (MOOC, SPOC, COOC). Ils permettent d'acquérir des compétences autrement, en plus d'un accès rapide et direct à l'information.
- Il est nécessaire d'évaluer et de mesurer les contenus internes pour évaluer leur impact positif ou négatif. Les indicateurs sont les taux de réponses, les tests de connaissances ou encore les sondages.
- Le partage de contenu ne se fait pas qu'en interne. Partager du contenu avec l'extérieur est aussi important car cela améliore vos connaissances, votre réseau et même votre légitimité interne.
- Vous pouvez également vous inspirer des bonnes pratiques des autres entreprises comme La Société Générale, où un collaborateur présente chaque jour les coulisses de son métier sur Twitter

MODULE E-LEARNIG 2 : COMMUNIQUER SUR LES MEDIAS SOCIAUX

Familiariser les équipes aux réseaux sociaux actuelles

- La formation aborde successivement les différents réseaux sociaux qui composent la sphère digitale aujourd'hui.
- Les médias sociaux ont révolutionné la façon dont les personnes interagissent entre elles. De nombreux réseaux sont apparus comme Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn... d'autres sont passés dans le paysage digital avant de décliner, comme MySpace, Copains D'avant, ou encore Google+.
- Les marques et les entreprises ont bien compris l'intérêt d'être présentes sur les médias sociaux, pour communiquer sur leurs produits, leurs services, et pour gérer leur E-réputation.
- Ici, vous découvrirez les principaux chiffres et utilisation des réseaux sociaux.

LA MAITRISE DE SON ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE : GERER ET ORGANISER LE POSTE DE TRAVAIL

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Gérer et organiser leur poste de travail
- Utiliser les fonctions de base de son poste de travail informatique
- Se (dé)connecter à son poste de travail/au réseau

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémy LECLERC Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Christophe SYLVESTRE Formateur SLTI
- Ludovic KELLER Formateur SLTI

PUBLICS

Toutes personnes souhaitant découvrir, ou approfondir l'utilisation du poste de travail informatique, les différentes méthodes pour se connecter à internet et la personnalisation de son poste de travail



PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : LA MAITRISE DE SON ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE

Comprendre l'environnement sécurité lié aux usages digitaux

- Tour d'horizon des menaces et adversaires de votre système d'information
- Les principaux vecteurs d'attaque et la vigilance adaptée : quid du « fishing » et des emails suspects

Gérer et organiser son poste de travail

- Le micro-ordinateur
- Se familiariser avec l'unité centrale, clavier et souris

Les caractéristiques de l'interface Windows

- Définitions du, systèmes d'exploitation, capacité, disque dur, clé USB, CD-DVD...
- Découverte de Windows, l'interface graphique : fonctionnement des fenêtres, des icônes

La sécurité du poste de travail

- L'importance du mot de passe, savoir le modifier
- La notion de virus

Organiser le disque dur

- Découvrir l'explorateur de fichiers et l'organisation existante
- Créer une arborescence de dossiers correspondant à son organisation professionnelle
- Déplacer, copier, renommer, supprimer des dossiers et des fichiers
- Restaurer un fichier à partir de la corbeille

Personnaliser le bureau

- Placer des raccourcis vers des éléments fréquemment utilisés
- Modifier les propriétés de la barre des tâches (la masquer ou la rendre visible en permanence, modifier le contenu du bouton démarrer)
- Ajouter des raccourcis vers des programmes dans la barre des tâches

Configurer l'environnement de travail

- Modifier les caractéristiques de l'affichage
- Modifier les caractéristiques matérielles (souris...)
- Choisir une imprimante par défaut et gérer les travaux d'impression

Connexion internet

- Les différentes méthodes de connexion internet (wifi, ethernet, VPN)
- CAS PRATIQUE : Création d'une arborescence de dossiers, création de raccourcis logiciel et dossier, personnalisation de l'espace de travail, utilisation de la connexion internet.

MODULE E-LEARNIG : MAITRISER LES RISQUES LIES A UNE ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

Percevoir les principaux risques liés à l'utilisation des outils digitaux

- La formation aborde successivement l'analyse des risques liés au digital, la gestion de ces derniers, et le guide des bonnes pratiques au sein de votre entreprise.
- Les multiplications des échanges et des outils digitaux facilitent le travail collaboratif et l'open innovation. Mais, cela vous expose aussi à de nouveaux risques.
- Pour comprendre à quels risques votre entreprise est confrontée, repartez de vos usages. Les menaces peuvent venir de la cybercriminalité, de vos parties prenantes, des collaborateurs, mais aussi de l'entreprise elle-même.
- Vous protéger de ces risques passe par des logiciels efficaces comme Cisco, la séparation usage professionnel/privé, la prévention et la formation.
- Communiquer sur les bonnes pratiques

LA MAITRISE DE SON ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE : GERER ET ORGANISER LE POSTE DE TRAVAIL

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIF

- Maîtriser son environnement informatique

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémy LECLERC Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Christophe SYLVESTRE Formateur SLTI
- Ludovic KELLER Formateur SLTI

PUBLICS

Toutes personnes souhaitant découvrir, ou approfondir l'utilisation du poste de travail informatique, les différentes méthodes pour se connecter à internet et la personnalisation de son poste de travail

PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : LA MAITRISE DE SON ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE : GERER ET ORGANISER LE POSTE DE TRAVAIL

Module 1 - Gérer et organiser son poste de travail et les caractéristiques de l'interface windows

- Le micro-ordinateur, savoir identifier un écran, un clavier, une souris, une box...
- Définitions du, systèmes d'exploitation, capacité, disque dur, clé USB, CD-DVD...
- Découverte de Windows, l'interface graphique : fonctionnement des fenêtres, des icônes

Module 2 - Organiser le disque dur

- Le micro-ordinateur, savoir identifier un écran, un clavier, une souris, une box...
- Définitions du, systèmes d'exploitation, capacité, disque dur, clé USB, CD-DVD...
- Découverte de Windows, l'interface graphique : fonctionnement des fenêtres, des icônes

Module 3 - Personnaliser le bureau et configurer l'environnement de travail

- Placer des raccourcis vers des éléments fréquemment utilisés
- Modifier les propriétés de la barre des tâches (la masquer ou la rendre visible en permanence, modifier le contenu du bouton démarrer)
- Ajouter des raccourcis vers des programmes dans la barre des tâches
- Modifier les caractéristiques de l'affichage
- Modifier les caractéristiques matérielles (souris...)
- Choisir une imprimante par défaut et gérer les travaux d'impression

MODULE E-LEARNIG : MAITRISER LES RISQUES LIES A UNE ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

Percevoir les principaux risques liés à l'utilisation des outils digitaux

- La formation aborde successivement l'analyse des risques liés au digital, la gestion de ces derniers, et le guide des bonnes pratiques au sein de votre entreprise.
- Les multiplications des échanges et des outils digitaux facilitent le travail collaboratif et l'open innovation. Mais, cela vous expose aussi à de nouveaux risques.
- Pour comprendre à quels risques votre entreprise est confrontée, repartez de vos usages. Les menaces peuvent venir de la cybercriminalité, de vos parties prenantes, des collaborateurs, mais aussi de l'entreprise elle-même.
- Vous protéger de ces risques passe par des logiciels efficaces comme Cisco, la séparation usage professionnel/privé, la prévention et la formation.
- Communiquer sur les bonnes pratiques.

SECURITE INFORMATIQUE ET USAGES DIGITAUX : COMMENT AGIR AU QUOTIDIEN

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- S'assurer de la fiabilité des informations saisies pour leur usage ultérieur et mettre en œuvre les procédures de contrôle et de sauvegarde de l'information et des données
- Mettre en œuvre les procédures de sécurité des informations
- Respecter les règles du droit, les règles déontologiques et le règlement de l'entreprise en matière de risques quant au contenu des informations enregistrées et diffusées
- Percevoir les principaux risques liés à l'utilisation des outils digitaux dans l'entreprise
- Etre en capacité de percevoir les risques induits liés à l'usage des outils digitaux par les
- Réaliser ses missions en étant conscient des enjeux de la sécurisation des systèmes et des données et de la prévention nécessaire
- Appréhender le besoin de fiabilité, de sauvegarde, de partage, de confidentialité des données
- Identifier les principaux risques de l'usage des outils digitaux sur la réputation de l'entreprise

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Christian AGHROUM Fondateur et gérant SoCoA

PUBLICS

Tout public cherchant à comprendre comment anticiper les impacts du digital dans votre activité

PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : SECURITE INFORMATIQUE ET USAGES DIGITAUX : COMMENT AGIR AU QUOTIDIEN

Comprendre l'environnement sécurité lié aux usages digitaux

- Tour d'horizon des menaces et adversaires de votre système d'information
- Les principaux vecteurs d'attaque et la vigilance adaptée : quid du « fishing » et des emails suspects

Comment agir au quotidien en toute sécurité

- Votre rôle clé en tant qu'utilisateur dans la chaîne de sécurité de votre système d'information
- Choisir avec soin ses mots de passe : appliquer les procédures et bonnes pratiques

Développer votre vigilance numérique

- Mettre à jour des logiciels
- Prendre soin de son identité numérique
- Protéger ses données lors de ses déplacements
- Savoir conserver et sauvegarder des informations ou des données
- Les règles générales à respecter en termes de confidentialité, sur le poste de travail, sur le réseau interne et sur les réseaux externes.

Usages digitaux et équilibre de vie

- Les usages digitaux et la santé au travail
- Le cadre légal et le droit à la déconnexion

MODULE E-LEARNIG : MAITRISER LES RISQUES LIES A UNE ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

Percevoir les principaux risques liés à l'utilisation des outils digitaux

- La formation aborde successivement l'analyse des risques liés au digital, la gestion de ces derniers, et le guide des bonnes pratiques au sein de votre entreprise.
- Les multiplications des échanges et des outils digitaux facilitent le travail collaboratif et l'open innovation. Mais, cela vous expose aussi à de nouveaux risques.
- Pour comprendre à quels risques votre entreprise est confrontée, repartez de vos usages. Les menaces peuvent venir de la cybercriminalité, de vos parties prenantes, des collaborateurs, mais aussi de l'entreprise elle-même.
- Vous protéger de ces risques passe par des logiciels efficaces comme Cisco, la séparation usage professionnel/privé, la prévention et la formation.
- Communiquer sur les bonnes pratiques

SECURITE INFORMATIQUE ET USAGES DIGITAUX : COMMENT AGIR AU QUOTIDIEN

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- S'assurer de la fiabilité des informations saisies pour leur usage ultérieur et mettre en œuvre les procédures de contrôle et de sauvegarde de l'information et des données
- Mettre en œuvre les procédures de sécurité des informations
- Respecter les règles du droit, les règles déontologiques et le règlement de l'entreprise en matière de risques quant au contenu des informations enregistrées et diffusées
- Percevoir les principaux risques liés à l'utilisation des outils digitaux dans l'entreprise
- Etre en capacité de percevoir les risques induits liés à l'usage des outils digitaux par les
- Réaliser ses missions en étant conscient des enjeux de la sécurisation des systèmes et des données et de la prévention nécessaire
- Appréhender le besoin de fiabilité, de sauvegarde, de partage, de confidentialité des données
- Identifier les principaux risques de l'usage des outils digitaux sur la réputation de l'entreprise

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Christian AGHROUM Fondateur et gérant SoCoA

PUBLICS

Tout public

 PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : SECURITE INFORMATIQUE ET USAGES DIGITAUX : COMMENT AGIR AU QUOTIDIEN

Module 1 : Sécurité

Comprendre l'environnement sécurité lié aux usages digitaux

- Tour d'horizon des menaces et adversaires de votre système d'information
- Les principaux vecteurs d'attaque et la vigilance adaptée : quid du « fishing » et des emails suspects

Comment agir au quotidien en toute sécurité

- Votre rôle clé en tant qu'utilisateurs dans la chaîne de sécurité de votre système d'information
- Choisir avec soin ses mots de passe : appliquer les procédures et bonnes pratiques

Module 2 : Vigilance

La mobilité et les réseaux sociaux, facteurs de risques numériques aggravés

- Rester discret
- Protéger ses données lors de ses déplacements

Développer votre vigilance numérique

- Mettre à jour des logiciels
- Prendre soin de son identité numérique
- Savoir conserver et sauvegarder des informations ou des données

Module 3 : Usages

Développer votre vigilance numérique (suite)

- Les règles générales à respecter en termes de confidentialité, sur le poste de travail, sur le réseau interne et sur les réseaux externes.

Usages digitaux et équilibre de vie

- Les usages digitaux et la santé au travail
- Le cadre légal et le droit à la déconnexion

MODULE E-LEARNIG : MAITRISER LES RISQUES LIES A UNE ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

Percevoir les principaux risques liés à l'utilisation des outils digitaux

- La formation aborde successivement l'analyse des risques liés au digital, la gestion de ces derniers, et le guide des bonnes pratiques au sein de votre entreprise.
- Les multiplications des échanges et des outils digitaux facilitent le travail collaboratif et l'open innovation. Mais, cela vous expose aussi à de nouveaux risques.
- Pour comprendre à quels risques votre entreprise est confrontée, repartez de vos usages. Les menaces peuvent venir de la cybercriminalité, de vos parties prenantes, des collaborateurs, mais aussi de l'entreprise elle-même.
- Vous protéger de ces risques passe par des logiciels efficaces comme Cisco, la séparation usage professionnel/privé, la prévention et la formation.
- Communiquer sur les bonnes pratiques

SURFER ET RECHERCHER SUR INTERNET

Présentiel

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 0,5 jour en présentiel, accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIFS

- Découvrir les possibilités d'Internet
- Utiliser les outils de recherche, de téléchargement, de communication comme outil de veille professionnelle

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémy LECLERC Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Ludovic KELLER Formateur SLTI
- Christine BILLY Formateur SLTI
- Christophe SYLVESTRE Formateur SLTI

PUBLICS

Toute personne qui doit optimiser ses recherches sur Internet

PROGRAMME DETAILLE

PRESENTIEL : SURFER ET RECHERCHER SUR INTERNET

Les principes de base

- Comprendre comment fonctionne internet
- Connaître les différents types de connexion
- Présenter les principaux services Internet (Web, e-mail...)

Naviguer sur Internet

- Connaître les principaux navigateurs
- Saisir l'adresse d'un site Internet
- Utiliser les liens hypertextes pour se déplacer de page en page
- Utiliser les boutons de la barre d'outils (précédent, suivant...)

Faire une recherche

- Utiliser un moteur de recherche (Google)
- Comprendre le principe de fonctionnement des mots clés
- Rechercher un forum, s'abonner à une newsletter
- S'abonner à des flux RSS pour être informé des nouveaux contenus d'un site web

Sauvegarder le résultat d'une recherche

- Imprimer une page
- Enregistrer une page ou les images d'un site Internet sur son ordinateur
- Gérer et mémoriser ses sites favoris (marque-pages)

Paramétrer son navigateur

- Personnaliser les paramètres de son navigateur
- Définir la page à afficher à l'ouverture du navigateur
- Configurer l'historique de sa navigation

MODULE E-LEARNIG : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quels outils utiliser pour chercher de l'information ? Et, comment favoriser le partage de sa veille efficacement ?
- Aujourd'hui, chacun a accès à l'information de manière quasi immédiate, et ce n'importe où. Internet met à la disposition de tous une masse considérable d'informations, mais elles ne sont pas toujours pertinentes et fiables.
- Le premier outil pour rechercher de l'information est le moteur de recherche, notamment celui de Google. Avec internet, les médias s'adaptent au digital en créant leur propre sites d'informations et d'actualités.
- Les sources d'informations collaboratives permettent de consommer, produire et partager de l'information. Wikipédia et les réseaux sociaux constituent des sources inépuisables d'informations.
- Le flux de RSS, les alertes personnalisées, les newsletters et les groupes Facebook sont des outils favorisant la veille et le partage d'informations

SURFER ET RECHERCHER SUR INTERNET

Classe virtuelle

NATURE : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

MODALITES DE DEROULEMENT : 3 sessions de classe virtuelle réparties sur 30 jours - (3 x 70 mn) accompagnées d'un module E-Learning de 20 minutes

OBJECTIF

- Découvrir les possibilités d'Internet, utiliser les outils de recherche, de téléchargement, de communication

EQUIPE PEDAGOGIQUE

- Michel CARTERON Formateur SLTI
- Jérémy LECLERC Formateur SLTI
- Ayman JUNDI Formateur SLTI
- Ludovic KELLER Formateur SLTI
- Christine BILLY Formateur SLTI
- Christophe SYLVESTRE Formateur SLTI

PUBLICS

Toute personne voulant savoir comment surfer et faire des recherches sur Internet

 PROGRAMME DETAILLE

CLASSE VIRTUELLE : SURFER ET RECHERCHER SUR INTERNET

Module 1 - Comprendre comment fonctionne internet et naviguer

- Connaître les différents types de connexion
- Présenter les principaux services Internet (Web, e-mail...)
- Connaître les principaux navigateurs
- Saisir l'adresse d'un site Internet
- Utiliser les liens hypertextes pour se déplacer de page en page
- Utiliser les boutons de la barre d'outils (précédent, suivant...)

Module 2 - Faire une recherche et sauvegarder

- Utiliser un moteur de recherche (Google)
- Comprendre le principe de fonctionnement des mots clés
- Rechercher un forum, s'abonner à une newsletter
- S'abonner à des flux RSS pour être informé des nouveaux contenus d'un site web
- Imprimer une page
- Enregistrer une page ou les images d'un site Internet sur son ordinateur
- Gérer et mémoriser ses sites favoris (marque-pages)

Module 3 - Paramétrer son navigateur

- Personnaliser les paramètres de son navigateur
- Définir la page à afficher à l'ouverture du navigateur
- Configurer l'historique de sa navigation

MODULE E-LEARNIG : RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL

Fournir aux collaborateurs un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique

- La formation aborde successivement les questions suivantes : quels outils utiliser pour chercher de l'information ? Et, comment favoriser le partage de sa veille efficacement ?
- Aujourd'hui, chacun a accès à l'information de manière quasi immédiate, et ce n'importe où. Internet met à la disposition de tous une masse considérable d'informations, mais elles ne sont pas toujours pertinentes et fiables.
- Le premier outil pour rechercher de l'information est le moteur de recherche, notamment celui de Google. Avec internet, les médias s'adaptent au digital en créant leur propre sites d'informations et d'actualités.
- Les sources d'informations collaboratives permettent de consommer, produire et partager de l'information. Wikipédia et les réseaux sociaux constituent des sources inépuisables d'informations.
- Le flux de RSS, les alertes personnalisées, les newsletters et les groupes Facebook sont des outils favorisant la veille et le partage d'informations



OPCABAIA

Des programmes conçus avec Opcabaia, et en cohérence avec le référentiel du certificat digital.

Présentiel, Classe virtuelle & E-learning

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES & ACCOMPAGNEMENT

Les 9 programmes de formation sont proposés soit en présentiel.
Chaque programme inclus de 1 à 3 modules e-learning.

Modalités pédagogiques des formations en présentiel

- Durée : 3h30
- Le formateur alterne présentations théoriques et étude de cas pratiques.

Modalités pédagogiques des formations en classes virtuelles

- Chaque formation est composée de 3 modules de 70 minutes chacun (ou de 2 modules de 60 mn + 1 module de 90 mn).
- Le formateur fait défiler le support en le commentant ou en parlant devant la caméra. Il peut faire des démonstrations d'outils informatiques, faire travailler ses stagiaires dans une application partagée ou aller sur internet via le partage du navigateur. Il peut soumettre aux participants des évaluations des sondages.
- Les participants écoutent et peuvent poser ou répondre à des questions sur le « chat » ou de vive voix.

Modalités pédagogiques des modules E-learning

- Durée d'un module : 20 minutes.
- Consultation de vidéos et réponses à des questions sous forme de quizz, en lien avec le contenu.

Modalités techniques des classes virtuelles et des modules E-learning

- L'accès à la classe virtuelle se fait via la plateforme Classilio ou Gotomeeting. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un identifiant et mot de passe.
- Accès au module de E-learning via la plateforme 360Learning. Module accessible pendant 1 mois à partir de la réception de l'invitation de connexion

Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer :

- D'un poste informatique équipé d'une carte son
- D'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque)
- Pour la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants de vous voir.
- Configuration technique de votre ordinateur :
Sur PC : Internet Explorer (exécutable MSI ou Java), Firefox (exécutable MSI ou Java et Chrome (exécutable MSI)
Sur Mac OS : Safari (exécutable PKG ou Java), Firefox (exécutable PKG ou Java) et Chrome (exécutable PKG)
Sur Linux : Chrome (exécutable tar.gz)

ACCOMPAGNEMENT DES CLASSES VIRTUELLES

- Accompagnement technique : En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 79 06 72 00, entre 9h et 17h ou par mail à formationdigitale@argusdelassurance.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h

ACCOMPAGNEMENT DES MODULES E-LEARNING

- Accompagnement technique : En cas de difficulté technique, le stagiaire pourra contacter la hotline par mail à support@360learning.com et une réponse sera apportée dans les 48h ouvrées.
- Accompagnement pédagogique : Pour un support pédagogique, le(a) stagiaire pourra contacter nos formateurs par mail learningOB@hubinstitute.com et une réponse sera apportée dans les 72H ouvrées

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE

Programmes conçus avec OPCABAIA,
et en cohérence avec le référentiel du
certificat digital assurance



OPCABAIA

Pour toute question ou renseignement

01 79 06 72 00

formationdigitale@argusdelassurance.com