

CDA - LA COMMUNICATION ÉCRITE 2.0

Module présentiel

0,5 JOUR EN PRÉSENTIEL, 20 MIN EN E-LEARNING

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE (CDA)

CODE : WOBP08

Objectifs de la formation

- Être en mesure de rédiger le message optimal en fonction du canal
- Savoir identifier et choisir le bon outil en fonction du message attendu
- Comment communiquer sur les réseaux sociaux, grand public ou d'entreprise

Animée par

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

Public concernés

- Tout public

Dates

- Paris
21/10/2019
16/12/2019

Retrouvez les modalités pédagogiques et techniques, les moyens d'encadrement et d'accompagnement [ICI](#)

Une formation composée d'une session présentielle de 0,5 jour (3,5h) et d'un module e-learning de 20 min

LA COMMUNICATION ÉCRITE 2.0 (module présentiel)

Les différents canaux de communication 2.0

- Lister les différents canaux, et savoir les différencier

Les outils pour envoyer des messages

- Comprendre les différents outils, leurs différences et savoir les choisir en fonction de la situation
- Le courriel

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Modalités pédagogiques

- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants.
- Les modules des cursus se déroulent en présentiel ou en classe virtuelle avec un équilibre théorie / pratique. Chaque fois que cela est pertinent des études de cas et des mises en pratique ou en situation sont proposées aux stagiaires.
- Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics.
- Chaque module se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session.
- Une auto-évaluation des acquis pré et post formation, sur chaque module, est effectuée en ligne afin de permettre au stagiaire de mesurer sa progression individuelle tout au long du cursus.
- Le cursus est sanctionné par un certificat remis sous réserve de l'obtention du score minimal cumulé de l'épreuve écrite et de l'épreuve orale.
- Une évaluation à froid du cursus sera effectuée de façon systématique à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

Tarifs

- La messagerie instantanée
- Les SMS : les pièges à éviter

Les styles de langages en fonction des outils

- Savoir différencier les styles d'écriture et leurs formats
- Les différents langages : les connaître, les appliquer en fonction des canaux

Modalités pédagogiques

- Le formateur alterne présentations théoriques et étude de cas pratiques

MODULE E-LEARNING 1 : PASSER AUX OUTILS COLLABORATIFS INTERNES

Disposer d'un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique – Réseaux Sociaux d'entreprise

- La formation aborde successivement les différents outils collaboratifs, leur utilisation et les bonnes pratiques
- Les outils collaboratifs en entreprise : réseaux sociaux d'entreprises (Workplace), plateformes collaboratives (Slack), social games ou E-Learning (MOOC, SPOC, COOC)
- Comment ces outils sont partie intégrante de l'amélioration des compétences
- Identifier les indicateurs de performance : taux de réponses, tests de connaissances, sondages
- Comprendre l'intérêt et les risques de partager les contenus à l'extérieur : améliore des connaissances,

- Cas pratique : Société Générale - chaque jour les coulisses du métier d'un collaborateur sur Twitter

MODULE E-LEARNING 2 : COMMUNIQUER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Disposer d'un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique – Réseaux Sociaux

- Panorama des réseaux sociaux, principaux chiffres et usages
- Ils sont toujours là : Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn...
- Ils déclinent ou ont disparu : MySpace, Copains D'avant, ou encore Google+
- Quelle présence pour les marques, quels services
- L'E-réputation

Une formation sous forme de vidéos et de quizz

- Modalités pédagogiques et 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