



ASSISTANT DE PRODUCTION BLOC 4

Gestion de la communication et du marketing digital d'une production de long-métrage et audiovisuelle

FORMATIONS 2024

CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

SOMMAIRE GÉNÉRAL





ACTION DE FORMATION 2024

Le CEFPF en quelques mots	PAGES 2-3
Nos engagements	PAGES 4-9
L'assistant de production le bloc 4	PAGES 10-15
Contenu de l'action	PAGES 16-17
Programme détaillé	PAGES 18-21
Conditions générales de vente	PAGE 23

Durée hebdomadaire des formations	35 heures
Horaires hebdomadaires	9h30-13h30 et 14h30-17h30
Lieu de formation	Paris 20 ^e
Renseignements	01 40 30 22 35

**LE CEFPE
EN QUELQUES MOTS**





LE CEFPF

30 ANS DE FORMATION AUX MÉTIERS DE L'AUDIOVISUEL

La démarche du CEFPF : un projet pédagogique à caractère professionnel et une exigence de qualité

Association créée à l'initiative d'un syndicat de producteurs de films indépendants, l'Association Française des Producteurs de Films (AFPF), le Centre Européen de Formation à la Production de Films (CEFPF) est le premier organisme de formation professionnelle français spécialisé dans la production de films.

Il organise depuis 1992 des stages destinés aux professionnels soutenus par le Fonds d'Assurance Formation des Activités du Spectacle (AFDAS).

Plus de 10 000 professionnels du film, intermittents du spectacle ou salariés permanents des sociétés de production et de diffusion ont, jusqu'à présent, participé à ces formations

Depuis 1996, le CEFPF a également bénéficié de la participation des Plans Media de l'Union Européenne et du soutien du Conseil Régional d'Ile-de-France.

Tous les intervenants sont des professionnels en activité.

Les cours sont organisés de façon à permettre l'alternance entre la transmission des connaissances théoriques et la validation des acquis par des cas pratiques.

Pour les salariés issus d'autres secteurs d'activité que le cinéma et l'audiovisuel, le CEFPF propose également depuis 1995 des formations de reconversion.

Notre pédagogie est fondée sur un objectif prioritaire : offrir un accompagnement personnalisé pour la réussite de votre projet professionnel.

Pour connaître l'ensemble de nos programmes de formation
retrouvez-nous sur www.cefpf.com

NOS ENGAGEMENTS



Certification QUALIOPi

Le CEFPPF est certifié QUALIOPi depuis décembre 2020. A ce titre, il répond aux critères de qualité définis dans le référentiel : communication de son offre, formations adaptées aux besoins, accompagnement et suivi des apprenants, formation continue des formateurs, investissement dans l'environnement professionnel et l'innovation pédagogique, démarche d'évaluation permanente des apprenants et des dispositifs.

DES FORMATIONS DISPENSEES PAR DES PROFESSIONNELS ... POUR DES PROFESSIONNELS

Le CEFPPF fait appel exclusivement à des professionnels pour dispenser les formations. Le recours à un grand nombre de ces professionnels – producteurs, représentants d'institutions publiques ou de sociétés de gestion collective, avocats, responsables d'organismes de diffusion... – permet de garantir l'actualité des connaissances transmises, la spécialisation des interventions ainsi que la diversité des savoirs et des savoir-faire. Le nombre et la diversité des formateurs intervenant au CEFPPF rendent nécessaire le respect d'une « démarche qualité », fondée sur un travail de sélection et d'orientation préalable des candidats, une coordination pédagogique des interventions, assurée par un responsable pédagogique ainsi qu'un formateur référent associés à chaque formation, la contribution d'experts chargés du conseil et de l'ingénierie pédagogique, le suivi post-formation et l'accompagnement des stagiaires.

Une évaluation des acquis en fin de formation

Toutes les formations du CEFPPF donnent lieu à une évaluation des acquis en fin de parcours, sous la forme de test ou d'examen avec un jury de professionnels. Cette évaluation permet à chaque participant d'identifier ses nouveaux acquis pour valoriser son CV ainsi que ses marges de progression. Elle est conçue comme un outil de valorisation des compétences en vue de développer l'employabilité des candidats.

NOUS SOMMES TOUS CONCERNÉS PAR LE HANDICAP !

Le CEFPF est engagé dans une démarche de diversité et d'égalité des chances. L'organisme de formation favorise l'accueil et l'accompagnement de tous ses apprenants. Un référent handicap est à votre disposition

1 personne sur 6 en France est en situation de handicap !

80% des handicaps sont invisibles !

1 personne sur 2 se retrouve confrontée à une situation de handicap au cours de sa vie de manière ponctuelle ou définitive.

En tant qu'organisme de formation et Centre de Formation des Apprentis (CFA), nous prenons la responsabilité d'adopter des pratiques non-discriminantes pour favoriser un égal accès aux savoirs pour tous.

COMMENT ? A QUI SE RENSEIGNER ?

Afin de réaliser leur formation dans de bonnes conditions, un (ou plusieurs) entretien(s) seront menés avec les apprenants en situation d'handicap. Ces entretiens ont pour but d'analyser les besoins de chaque apprenant en situation d'handicap au regard des spécificités de son projet de formation et d'évaluer si le centre de formation est à même à recevoir l'apprenant dans de bonnes conditions.

Selon la situation ils peuvent comporter des aides techniques, des aides humaines et / ou des aménagements de parcours. La mise en place de ces aides est effectuée par l'établissement et peut évoluer en cours d'année grâce à un suivi.

Il est important de prendre contact avec le référent handicap du CEFPF le plus tôt possible afin de prévoir la mise en place des aménagements, si cela est possible.

DE L'INSCRIPTION AU CEFPF A L'INSERTION PROFESSIONNELLE

Chargé de l'inscription de l'apprenant, le référent handicap/directeur pédagogique construit avec lui son projet professionnel en prenant en compte les spécificités de son handicap. Aussi, veillant à ce que la formation se déroule au mieux, en tant qu'intermédiaire entre les formateurs et l'apprenant en situation d'handicap, le formateur référent aide le formateur à résoudre les problèmes qui peuvent survenir au cours de la formation de l'apprenant handicapé et se rend disponible pour recevoir les apprenants en situation de handicap lorsqu'ils en ressentent le besoin.

REFERENT HANDICAP

Michael LEBLANC
michael-l@cefpf.com
01 40 30 22 25

L'ÉVEIL ÉCOLOGIQUE

Depuis 2010, Le CEFPPF soutient **Ecoprod** et sa démarche collective lancée en 2009 par des acteurs du secteur audiovisuel, visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie.

En effet, le secteur audiovisuel émet environ 1 million de tonnes équivalent CO2 dans l'atmosphère chaque année, dont environ le quart est directement lié aux tournages.

Soutenus par l'ADEME et la DIRECCTE Ile-de-France, les quatre partenaires fondateurs, AUDIENS, la Commission du Film d'Ile de France, France Télévisions et TF1, ont depuis 2009 été rejoints par le Pôle Media Grand Paris, le CNC, Film France et la CST.

<https://www.ecoprod.com>

ÉGALITÉ DES FEMMES ET DES HOMMES ET DIVERSITÉ SEXUELLE ET DE GENRE

Conscient que la formation, tout comme l'éducation, joue un rôle majeur dans la lutte contre les inégalités Femmes/Hommes, le CEFPPF s'engage à respecter la parité dans ses recrutements et organisation d'examens de validation de connaissances.

SIGNALER UN INCIDENT :

Le CEFPPF met à disposition de ses apprenants une adresse mail permettant de signaler tout incident (discrimination, harcèlement, violence sexuelle ou sexiste ...), de manière personnelle ou anonyme, et dans le respect de la confidentialité des échanges.

cefpf.helpme@gmail.com

UNE VOIE D'ACCÈS DURABLE AU SECTEUR AUDIOVISUEL POUR UNE RECONVERSION RÉUSSIE

La formation « Assistant de production » un parcours diplômant

S'orienter vers les métiers de l'audiovisuel relève d'un choix stratégique offrant les atouts d'une reconversion professionnelle durable.

LE CEFPPF propose deux parcours diplômants reconnus par la **Commission Nationale de la Certification Professionnelle** et inscrits au Répertoire National des Certifications Professionnelles. Cette commission dépend de l'**Éducation Nationale** et habilite les organismes à délivrer des titres reconnus par l'Etat :

« **Assistant de production** » niveau 6 (EU) code NSF 323p

« **Assistant de réalisation** » niveau 5 (EU) code NSF 323p

La formation « Assistant de production » une voie d'accès au secteur audiovisuel pour une reconversion réussie

- o Nous vous accompagnons dans votre reconversion
- o Nous vous garantissons un accompagnement personnalisé
- o Nous vous assurons un enseignement avec des formateurs en activité

Assistant de production

26 semaines (910 heures) dont 8 semaines (280 heures) de mise en pratique professionnelle en entreprise

Prise en charge

Si vous êtes intermittent du spectacle, salarié du secteur audiovisuel, salarié en reconversion, ou à la suite d'un licenciement économique, plusieurs alternatives sont possibles pour la prise en charge de votre formation par l'intermédiaire de votre OPCO, pôle emploi, CPF...

DES QUESTIONS ? CONTACTEZ-NOUS !

01 40 30 22 35

*Notre équipe est à votre disposition
du lundi au vendredi de 9h à 19h*

Vous accompagner dans votre reconversion

Dès votre premier entretien, le responsable pédagogique vous aide à définir votre projet professionnel et à établir une stratégie pour le réaliser.

Le coaching personnel que nous vous proposons est un accompagnement sur mesure qui permet d'apprendre à mieux évaluer ses compétences transférables et à appréhender les situations de changement liées à votre projet de reconversion.

Vous garantir un accompagnement personnalisé pendant la formation

Tout au long du cursus, le responsable pédagogique et son équipe vous prépare à intégrer le milieu professionnel.

- Des entretiens ponctuels vous permettent d'évaluer vos acquis et de préciser vos objectifs professionnels.
- Des séances de coaching collectif et individuel vous préparent à la rédaction d'un CV efficace et d'une lettre de motivation adaptée à une offre de travail.
- Des ateliers consacrés à la recherche d'un stage en entreprise.

A l'issue de la formation, le CEFPP continue si vous le souhaitez à analyser vos démarches et peut vous aider à surmonter des obstacles ainsi qu'à atteindre vos objectifs.

Vous assurer un enseignement avec des professionnels en activité

De nombreux professionnels reconnus dans le secteur cinématographique et audiovisuel animent les cours :

- membres et responsables d'institutions publiques ou privées (CNC, CSA, Cinéma des régions, CCHSCT...), de syndicats professionnels, de chaînes de télé et d'organismes de diffusion,
- responsables et représentants de sociétés de gestion collective (SACD, SACEM, PROCIREP...),
- producteurs et distributeurs,
- auteurs, réalisateurs, scénaristes et script doctors, agents artistiques, cadres techniques de production et de réalisation...

Des experts (avocats, experts-comptables, assureurs, conseillers d'entreprise) interviennent également pour sensibiliser les stagiaires aux questions administratives, juridiques, financières, fiscales et sociales propres à l'entreprise de production.

Vous proposer une formation ouverte à distance (FOAD)

Depuis mars 2020, les stagiaires ont la possibilité de suivre les cours à distance par le biais d'une plateforme pédagogique.

Ce mode d'enseignement nécessite que les utilisateurs aient une bonne connexion internet et un matériel informatique fonctionnel.

L'ASSISTANT DE PRODUCTION LE BLOC 4



GESTION DE LA COMMUNICATION ET
DU MARKETING DIGITAL D'UNE PRODUCTION
DE LONG-MÉTRAGE ET AUDIOVISUELLE



L'ASSISTANT DE PRODUCTION AU CŒUR DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET AUDIOVISUELLE

PUBLIC CONCERNÉ

Les stagiaires peuvent avoir des niveaux scolaires initiaux variables. Le succès de leur démarche est essentiellement le fruit d'une capacité d'adaptation et de polyvalence, que viennent compléter des connaissances théoriques liées aux enjeux du secteur et à l'acquisition d'une technicité spécifique dispensée en cours de formation.

PRÉ-REQUIS ET SÉLECTION DES CANDIDATS

Pour déposer un dossier de préinscription :

o Pour les étudiants : un niveau Bac + 2

o Pour les personnels en reconversion (formation continue)

- niveau au moins équivalent au Brevet Professionnel, au Brevet de Technicien, au Baccalauréat Professionnel ou Technologique (niveau IV),
- expérience professionnelle d'au moins trois ans, évaluée par les responsables pédagogiques du CEFPF.

o Pour l'ensemble des candidats, un dossier de pré-sélection doit être complété en vue de l'entretien de sélection

La sélection des candidats a lieu sur la base d'un entretien permettant d'examiner ses pré-requis et d'un dossier de pré-sélection (évaluation du projet professionnel, CV, etc).

A l'occasion de cet entretien sont particulièrement évalués les points suivants :

- le niveau de connaissance général du secteur audiovisuel,
- la motivation et la cohérence du projet professionnel,
- la nature de l'expérience et des diplômes ou titres antérieurs,
- les possibilités d'application des compétences antérieures au secteur audiovisuel,
- la capacité à s'insérer efficacement dans le secteur (sens de l'initiative et de l'organisation, aptitude à la polyvalence...).

OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE LA FORMATION

La formation « Assistant de production » offre les compétences permettant d'exercer une fonction complexe, parce que charnière entre l'économique et l'artistique, entre l'administratif et l'opérationnel. L'assistant de production est appelé, successivement ou simultanément, à s'occuper de gestion ou de communication pour l'entreprise qui l'emploie, à élaborer des dossiers de production et de financement et à participer à des tournages en servant d'interface entre le producteur et l'équipe de tournage. Du fait de sa polyvalence, ce métier exige une parfaite connaissance de toute la chaîne de production, une capacité d'initiative et d'adaptation rapide ainsi que des qualités relationnelles pour faire fonctionner ensemble des profils professionnels très différents.

L'assistant de production est **responsable de toutes les tâches sur lesquelles se fonde l'activité quotidienne d'une société de production cinématographique ou télévisuelle** : édition de documents, gestion du courrier et de l'emploi du temps du producteur, organisation des déplacements des membres de la société... Selon la taille et l'organisation de l'entreprise, il exécute ces tâches ou il les supervise.

L'Assistant de production collabore, en effet, avec le producteur, le directeur de production, le directeur de postproduction, le chargé de production ou le distributeur. Il peut également travailler en relation avec des prestataires externes : le responsable commercial ou le chargé de projet d'une entreprise technique et parfois l'expert comptable.



L'Assistant de production peut exercer des fonctions permanentes au sein de l'entreprise en étant titulaire d'un contrat à durée indéterminée. Ce type de contrat n'est pas le plus courant dans le secteur cinématographique et audiovisuel, qui du fait de la nature de l'activité, recourt de façon fréquente à des CDD d'usage. Même si l'on constate une progression du nombre de contrats à durée indéterminée, l'Assistant de production exerce souvent son activité sous le régime des intermittents du spectacle.

Dans un secteur professionnel très hétérogène, la nature des fonctions exercées par l'Assistant de production varie selon la taille de l'entreprise au sein de laquelle il travaille.

Dans une entreprise de 2 à 5 salariés permanents, il peut être étroitement impliqué dans la gestion proprement dite de la société et seconder directement le Producteur dans le développement des projets.

OBJECTIFS DÉTAILLÉS PAR BLOC DE COMPÉTENCES

Gestion de la communication et du marketing digital d'une production de long-métrage et audiovisuelle

- Etablir une étude stratégique de lancement (objectifs, cibles, délais de livraison, référencement...) incluant une étude de marché et une analyse de la cible en fonction des objectifs de la société.
- Etablir un cahier des charges incluant une étude technique et détaillée du projet et de ses fonctionnalités, une étude de la stratégie de référencement et la définition de l'arborescence et des rubriques du site afin d'identifier les besoins de la société de production.
- Définir et mesurer des critères de performance d'un site en fonction de sa stratégie digitale afin de déterminer le nom de domaine (référencement) et le mode d'hébergement
- Définir l'identité visuelle du site web (couleur, typographie, logo, iconographie, choix des templates...) afin de créer le site web.
- Intégrer les contenus pertinents (textes, films, images) en veillant à la densité de mots clés et au ratio textes/images dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité au site web.
- Optimiser le référencement automatique du site web sur les moteurs de recherche par la mesure de la performance d'un site et l'efficacité des actions marketing dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité au site web.
- Mettre en place une stratégie communautaire (réseaux sociaux pertinents à exploiter, profil de la communauté, fréquence idéale de publication, temps accordé...) en définissant les objectifs sur les réseaux sociaux et de la communauté, et en déterminant l'audience dans l'objectif de développer la notoriété de la société de production.
- Définir les valeurs (culture, codes sociaux et langagiers) et les règles de bonne conduite de la communauté (respect de la netiquette, protection des données personnelles...) et les faire appliquer dans le respect de la réglementation.
- Définir et mettre en place les indicateurs de mesure pertinents, notamment de pistage, permettant de valider les objectifs atteints en vue de valoriser la communication autour d'un long-métrage ou d'un programme audiovisuel.
- Assurer le rôle d'interface entre la société de production et la communauté web en tissant un lien permanent avec les membres de cette communauté grâce à l'animation de la communauté (susciter le débat, relancer la discussion sur des événements créés et partagés) dans l'objectif de fidéliser la communauté, tout en réalisant une veille continue et en vérifiant la qualité du contenu généré par les utilisateurs, le tout dans le respect de la netiquette.
- Rédiger, planifier la publication et publier les contenus des influenceurs (blogs, microblogging, Twitter), notamment dans le cadre de partenariats avec des réseaux reconnus dans le secteur cinématographique et/ou audiovisuel.
- Analyser les retombées et mesurer l'audience à l'aide des outils de reporting et faire remonter les réactions de la communauté auprès du producteur.



- Collaborer à la promotion d'une œuvre et au regroupement des informations sur le film (interview des comédiens, bande annonce...) en coordination avec les équipes distribution salles.
- Gérer l'inscription des films en festival après avoir listé les festivals pertinents selon des critères spécifiques (exclusivité, année de production, durée du film, genre du film...) afin d'organiser la visibilité du projet.
- Gérer une avant-première avec le distributeur par la conception d'un plan de placement de produits et/ou de sponsoring dans l'objectif d'optimiser les retombées marketing.
- Analyser les critiques, les articles de presse et les performances des campagnes digitales dans un compte-rendu permettant d'analyser les retombées du projet.
- Suivre les recettes en salle (ayants droits, relation diffuseur, exploitants...) et de la commercialisation (audiovisuel, internet) par l'établissement d'un tableau récapitulatif des différents ayants-droits et le pourcentage qui leur est attribué afin d'analyser les résultats de la diffusion du projet.

METHODE PEDAGOGIQUE :

L'apprentissage par la pratique est une méthode où l'on apprend en faisant des choses concrètes et tangibles. Cette méthode permet d'acquérir des connaissances et des compétences à travers l'expérience, en appliquant des idées et des principes à des activités pratiques. L'apprentissage par la pratique encourage l'autonomie et la responsabilité, et permet d'accroître le niveau de confiance et de compétence.

MODALITES D'EVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée / Étude de cas et soutenance orale

Les candidats auront à réaliser une étude de cas sur la stratégie de lancement d'un projet cinématographique ou audiovisuel, une société de production en centre de formation suivie d'une soutenance orale. Chaque candidat (e) tire au sort un sujet de mise en situation, dont l'objectif est d'établir une stratégie de présence et de communication digitale pour une société de production.

Mise en situation professionnelle réelle

A l'issue du stage en entreprise, est évaluée la création du site internet d'une société de production/ distribution. Lors de la présentation du site face à un jury, les candidats doivent pouvoir justifier à l'oral la pertinence de leur choix.

D'après une problématique donnée, les candidats doivent en groupe élaborer une stratégie digitale pour donner une plus grande visibilité de la société et de ses projets.



MODALITÉS D'ÉVALUATION DU BLOC

Étude de cas et soutenance orale (20 min d'Oral) :

Les candidats auront à réaliser une étude de cas sur la stratégie de lancement d'un projet cinématographique ou audiovisuel une société de production en centre de formation suivie d'une soutenance orale. Chaque candidat (e) tire au sort un sujet de mise en situation, dont l'objectif est d'établir une stratégie de présence et de communication digitale pour une société de production.

Mise en situation professionnelle réelle

A l'issue du stage en entreprise, est évaluée la création du site internet d'une société de production/ distribution. Lors de la présentation du site face à un jury, les candidats doivent pouvoir justifier à l'oral la pertinence de leur choix.

Mise en situation professionnelle reconstituée

D'après une problématique donnée, les candidats doivent en groupe élaborer une stratégie digitale pour donner une plus grande visibilité de la société et de ses projets.

Mise en situation fictive

D'après une problématique donnée, les candidats doivent en groupe mettre en place une stratégie de communication de lancement dans le cadre de la distribution d'un film.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale :	70 heures semaines dont 2 semaines et 10 jours
Durée hebdomadaire :	35 heures : 9h30-13h30 - 14h30-18h30 (1/2 journée de libre par semaine)
Lieu de formation :	CEFPF - 19, rue de la Justice - 75020 Paris
Contact :	Tél : 01 40 30 22 35
Date des sessions :	Du 09/12/2024 au 20/12/2024
Prix :	2 800 euros HT
Modalités d'organisation :	Présentiel ou à distance (cours synchrones)

FORMATEURS

Responsable pédagogique :	Michael LEBLANC, responsable pédagogique au CEFPF
Formateur référent et Intervenants :	Tout comme les membres du jury, le formateur référent et les intervenants sont des professionnels en activité (producteurs, diffuseurs, techniciens, réalisateurs, avocats spécialisés...)



MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Supports fournis aux stagiaires :

Dossier de documentation propre à chaque intervenant.

**Moyens techniques
à la disposition des stagiaires :**

- (matériels, équipements techniques et informatiques, logiciels utilisés)
- 1 écran 80 pouces avec une interface Windows permettant l'organisation de la formation à distance.

Nombre de stagiaires par poste de travail : - 1 ordinateur Mac OS par personne équipé du Pack office

Modalités d'évaluation hebdomadaire : - Les stagiaires effectuent un bilan sur le contenu pédagogique de la formation au moyen de questionnaires d'évaluation analysés par la formatrice référente et le directeur pédagogique.

VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)

Ce Bloc inscrit au RNCP sous le numéro RNCP34316 et intitulé « Gestion de la communication et du marketing digital d'une production de long-métrage et audiovisuelle » est une certification susceptible d'être délivrée en totalité ou partiellement dans le cadre d'actions permettant de faire valider les acquis de l'expérience.

Bloc 1 : Préparation d'un projet de production

Bloc 2 : Gestion de la production et suivi de la postproduction d'un projet

Bloc 3 : Suivi administratif et juridique d'une société de production

Le candidat à la VAE devra présenter un dossier administratif composé de :

- CV du participant,
- document détaillant les missions du poste actuel dans le cadre du parcours,
- attestation de l'employeur sur la fonction occupée (ainsi que les précédentes) afin de justifier de l'expérience acquise.

Vous pouvez recevoir une brochure d'information sur la validation des acquis de l'expérience sur simple demande, ou consulter la fiche VAE disponible sur le site cefpf.com.

CONTENU DE L'ACTION





SEMAINE 1 : le site web d'une société de production
SEMAINE 2 : l'outil Google Ads et les réseaux sociaux

PROGRAMME DÉTAILLÉ





■ SEMAINE 1 :

Objectif : Acquérir les bases nécessaires pour créer et personnaliser le site internet d'une société de production et avoir la méthode pour bien le référencer.

■ 1^{er} journée

Objectif : Comprendre les composantes d'un projet web : clients, besoins, structuration de l'information et graphisme

Comprendre les étapes de création d'un site Wix

Créer, administrer et enrichir le site d'une société de production ou une page web

Gérer de manière autonome le back office d'un site internet

Contenu : Projet web : décryptage des besoins

Bien identifier sa cible ainsi que ses besoins
Analyser les comportements : profils types des internautes

Fonctionnalités de base d'un site

Préparer le cahier des charges

Découvrir le HTML

Présentation des principales balises

Insertion de liens et d'images

Structure d'une page HTML, balises et attributs
Panorama des principales balises : titres, paragraphes, liens, images
Création de tableaux

Atelier pratique : création des premières pages en HTML

■ 2^e journée à la 4^e journée

■ Structuration de l'arborescence

- Méthode pour structurer son offre
- L'arborescence
- Les étapes clés d'un projet de site

■ L'ergonomie

- Qu'est-ce que l'ergonomie ?
- Éléments de navigation
- À quoi sert le webdesign ?
- La mise en valeur de l'information et la communication
 - Définir la chartre graphique
 - Structurer l'information
- Concevoir l'arborescence du site

■ La construction d'un menu

- Des informations au service de l'internaute
- Les règles de conception et d'organisation des informations
- Organiser une page
- Respect des règles et conventions

■ La gestion de l'apparence graphique

- Choix et installation de thème
- Paramétrage du thème
- Modifications (CSS)
- Créer du contenu

■ L'insertion du contenu

- Les différents champs et comprendre leurs fonctions
- L'insertion du texte et l'optimisation pour son affichage et son référencement
- L'insertion des images
- La publication du contenu
- L'insertion des liens
- La création des formulaires de contact
- L'insertion d'un plan avec Google
- L'Intégration d'une vidéo Youtube
- L'activation de commentaires
- L'ajout des formulaires
- L'activation puis paramétrer l'affichage mobile
- Le paramétrage des zones de référencement

■ 5^e journée

■ La Version mobile de votre site

- Site Parent / Site Enfant
- Présentation de l'interface mobile
- Afficher-Masquer une page
- Changer de page
- Afficher ou masque un objet
- Modifier la taille des objets
- Afficher / Masquer des sections
- Mode Aperçu et Editeur en version mobile
- Simulations d'écrans avec Screenfly



Administration de votre site Web

- Gestion du site
- Rôles et permissions
- Historique
- Le poids des images
- Le titre d'une page (pour un moteur de recherche)
- Inclure des mots clés dans vos pages Wix
- Résumé-Description d'une page
- Interdire une page aux moteurs de recherche
- Une astuce bien utile
- Importance du choix de l'url
- Déclarer et valider la propriété sur Google
- Envoyer le Sitemap à Google
- Outil SEO interne à WIX
- Informations vous concernant

Création et lancement d'une Campagne Google Ads

- Définir des objectifs marketing
- Augmenter le trafic vers un site Web
- Constituer une base de données abonnée

Les principes et le fonctionnement de Google Ads

- Les principes et le fonctionnement du Search Marketing
- Données du Marché, leviers de développement et le principe du référencement
- Les avantages et les inconvénients de Google Ads
- Le glossaire et les différents ratios utilisés dans une campagne Ads
- L'audience et les réseaux de ciblage
- Les annonces Ads
- Enchères et qualité
- L'Interface Ads

Création et lancement d'une Campagne Google Ads

- Définir des objectifs marketing
- Augmenter le trafic vers un site Web
- Constituer une base de données abonnés

Optimiser son site web pour mieux déterminer le ROI

- Tester et optimiser son site
- Soigner son contenu
- Sélectionner des pages de destination pertinentes

Créer sa structure de campagne : Structurer ses campagnes, structurer ses groupes d'annonces

- Mettre en oeuvre sa campagne : Définir les paramètres
- Créer les groupes d'annonces, rédiger des annonces efficaces et percutantes
- Choisir des mots clés pertinents, options de ciblage des mots clés
- Fixer son CPC maximum et son budget quotidien
- Activer son compte
- Résultats et indicateurs de performances : Synthèses et rapports, analyse des Informations
- Optimisations de ses campagnes sur Google Ads : Optimiser ses mots clés, des annonces, gérer et exploiter la saisonnalité
- Retour sur investissement et suivi des conversions : Statistiques et Google Analytics, suivi des conversions
- Exploiter de nouveaux supports : Le réseau display, Google Maps et Adresses, Ads mobile

■ SEMAINE 2 :

■ 1^e et 2^e journée

L'outil Google Ads

Objectif :

Identifier les étapes de création et de mise en place d'une campagne de publicité Ads.

Contenu :

Comprendre les notions avancées de référencement payant afin d'être capable de créer, de gérer et d'optimiser les différents types de campagnes Ads

Les principes et le fonctionnement de Google Ads

- Les principes et le fonctionnement du Search Marketing
- Données du Marché, leviers de développement et le principe du référencement
- Les avantages et les inconvénients de Google Ads
- Le glossaire et les différents ratios utilisés dans une campagne Ads
- L'audience et les réseaux de ciblage
- Les annonces Ads
- Enchères et qualité
- L'Interface Ads



■ De la 3e à la 5e journée :

Intégrer les réseaux sociaux dans la stratégie marketing

Objectif :

- Découvrir l'univers du web social : codes et usages.
- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux.
- Définir une stratégie de développement via les réseaux sociaux

Contenu :

- Les nouveaux usages des réseaux sociaux
- S'adapter à la diversification des réseaux sociaux et à leurs spécificités.
- Appréhender l'avènement des communautés sur les réseaux sociaux
- Influenceurs, micro influenceurs et ambassadeurs : saisir l'impact du marketing d'influence.
- Atelier : établir le profil social de ses clients et leurs influenceurs.

Utiliser les médias sociaux comme leviers d'engagement

- Maîtriser les fondamentaux de Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...
- Usages, profil utilisateurs, chiffres clés
- Vocabulaire et fonctionnalités spécifiques

Optimiser la présence de sa marque sur les réseaux sociaux

- Augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux : le SMO (Search Media Optimisation)
- Rédiger et publier des contenus à valeur ajoutée différenciant
- Interactivité et participatif : renforcer l'impact de ses campagnes social
- Se constituer un réseau d'influence pour booster la viralité de ses messages sur les réseaux sociaux.
- Atelier : maîtriser les nouvelles techniques de communication en ligne : stories, live streaming...
- Piloter et contrôler sa e-reputation et son personal branding grâce aux réseaux sociaux.

Adapter sa stratégie de marque selon le média social

- Déterminer son positionnement
- Développer une ligne éditoriale et un contenu associé
- Connaître les bonnes pratiques pour faire le buzz et susciter l'attachement
- Etablir une stratégie de marque avec des objectifs et un usage spécifiques

- Développer son réseau et son influence : les incontournables pour faire grandir sa communauté de followers

Adapter sa stratégie de marque selon le média social

- Communiquer par l'image : l'importance du storytelling visuel sur les réseaux sociaux.
- Live streaming, vidéos... : comprendre l'impact de la vidéo et l'évolution des formats.
- Renforcer sa proximité clients sur les réseaux sociaux: développer ses stories.
- Atelier : réaliser et diffuser une story.

C.G.V. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

I . INSCRIPTION

Toute personne souhaitant suivre l'un des programmes du CEFPF doit au préalable rencontrer l'un des responsables du service « sélection, orientation et suivi des stagiaires ». Celui-ci détermine si le candidat satisfait aux pré-requis du stage de manière à constituer son dossier.

Les stagiaires reconnaissent avoir pris connaissance, au cours de l'entretien d'orientation, de l'ensemble des informations relatives aux unités pédagogiques. Ils ont, au cours de cet entretien, déterminé leur choix concernant la formation qu'ils vont suivre.

Les candidats doivent respecter les critères de prise en charge et les délais de dépôt de dossier, prévus par leur fonds de formation.

Les inscriptions sont effectuées dans la limite des places disponibles et sous réserve de la confirmation de prise en charge par le fonds de formation. Chaque stagiaire reçoit une convocation la semaine précédant son entrée en formation.

II . ANNULATION, ABSENCE ET REPORT

Toute annulation doit être signalée au CEFPF et au fonds de formation le plus tôt possible avant le stage, par téléphone et par confirmation écrite.

Toute absence injustifiée au cours de la formation est facturée directement au stagiaire selon le tarif en vigueur.

Tout report doit être signalé au CEFPF et au fonds de formation une semaine au plus tard avant le début du stage. Dans ce cas, le stagiaire est inscrit prioritairement à la session suivante, sous réserve des places disponibles et de l'accord du fonds de formation.

III . RÈGLEMENT

Toute part de financement individuel doit être réglée par le stagiaire avant son entrée en stage.

IV . LOGICIELS INFORMATIQUES

Conformément à l'article 122-6 du Code de la Propriété Intellectuelle, le stagiaire est tenu de n'introduire aucun logiciel dans les ordinateurs du CEFPF. De même, il est tenu de ne pas recopier de logiciels pour son usage personnel. Tout contrevenant s'expose à des poursuites.

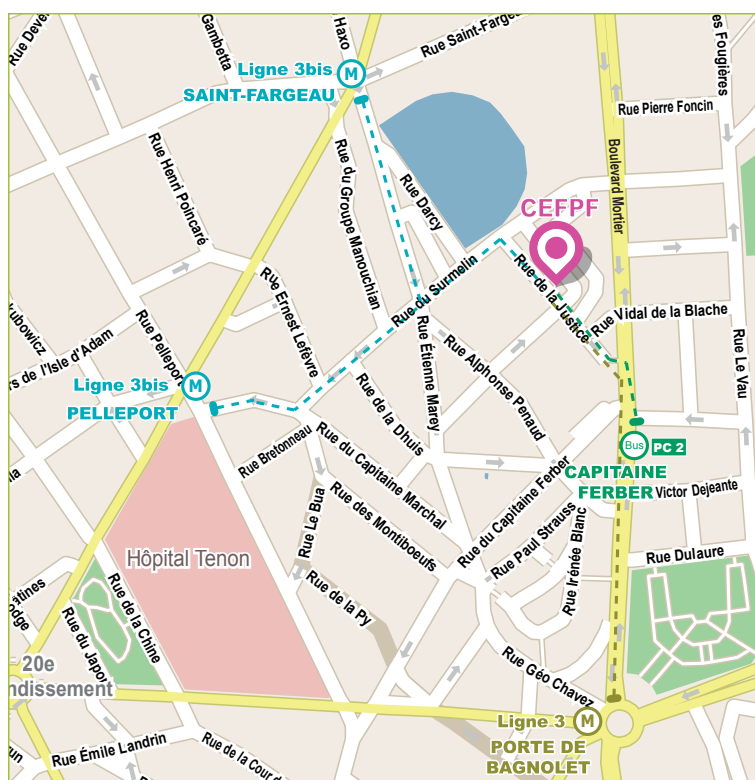
V . GARANTIES

Le CEFPF ne pourra être tenu responsable des modifications survenues à la suite d'événements indépendants de sa volonté, en particulier en cas d'annulation d'un stage par suite d'une insuffisance d'inscriptions.

L'ensemble des formateurs étant des professionnels, le CEFPF se réserve le droit de changer de formateur ou de reporter l'intervention à une date ultérieure pendant la durée du stage, en cas d'indisponibilité de dernière minute de l'intervenant initialement prévu.



CENTRE PRIVÉ EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS



Données cartographiques © OpenStreetMap et ses contributeurs, CC-BY-SA

ACCUEIL DU PUBLIC

19 et 19 bis, rue de la Justice
75020 Paris

NOUS CONTACTER

PAR COURRIER

19 et 19 bis, rue de la Justice
75020 Paris


Standard : 01 40 30 22 35

Fax : 01 40 30 41 69

Email : info@cefpf.com

www.cefpf.com

Retrouvez-nous sur **Facebook**

 <https://www.facebook.com/cefpf.centredeformation/>

Le CEFPF dispose, au 19 rue de la Justice et au 55 rue Etienne Marey, de salles accessibles aux personnes en situation de handicap.

Le CEFPF - Association à but non lucratif régie par la loi du 1^{er} juillet 1901
Siret 391 794 583 00057 Code APE 8559A N° de déclaration préfecture de Paris 11 75 192 997 5

