



**Sessions sur demande
toute l'année**

**Formation Continue Qualifiante
de 1 à 5 jours sur mesure**

**CATALOGUE
COMMUNICATION & RETOUR À L'EMPLOI**



**Formation en INTRA et en INTER
sur toute la France**

RENSEIGNEMENT ET INSCRIPTION

Dossier de pré-inscription sur demande
Tél. : 01 45 22 70 64
Courriel : administration@animetcom.fr



SOMMAIRE

I. Emploi

- A. Les techniques de Recherche d'Emploi (TRE).....04
- B. Rôle et fonctions de tutorat.....06

II. Communication

- A. Les différentes formes de communication.....09
- B. Mode de transmission de l'information (oral, écrit, ciblé).10
- C. Communication non verbale.....11
- D. Observer pour communiquer efficacement à l'écrit en milieu professionnel.....12
- E. La communication au sein de l'équipe.....13
- F. La Communication Professionnelle.....14
- G. Facebook, levier d'action en communication.....16

Emploi



* Les prix de vente indiqués n'incluent pas les frais engagés hors région Île de France
** En inter, majoration de 20% par participant si effectif inférieur à 8
*** Intra → Maximum 8 personnes // Inter → Maximum 16 personnes

Les Techniques de Recherche d'Emploi (TRE)

Réf : 402

Contexte :

Cette formation est proposée par Anim&Com consultant.
Elle répond à des besoins identifiés et exprimés par des professionnels qui désirent valoriser et optimiser la mise en œuvre des ateliers de recherches d'emplois à destination des personnes qui sont dans une démarche de recherche d'emploi.

Public :

Tou(te)s professionnel(le)s qui animent des ateliers en Technique de Recherches d'Emploi (minimum 6 personnes)

Objectifs principaux :

- ⇒ Concevoir un atelier de technique de recherches d'emplois adapté à l'environnement de son public
- ⇒ Valoriser la mise en œuvre des ateliers de recherche d'emploi
- ⇒ Favoriser l'usage d'un outil numérique dans les techniques de recherches d'emploi

Programme :

Le programme ci-dessous est proposé à titre indicatif. Celui-ci peut être modulé en fonction de la demande du prescripteur, chaque module a une durée de 7 heures.

Module 1 : S'approprier les outils adaptés aux publics et secteurs d'activités

Conception des outils de base : CV et Lettre de Motivation, Tableaux de bord et de suivi
Conception d'un portefeuille de compétences

Module 2 : Adapter sa démarche et établir une relation de confiance avec son public

Mise en scène
Analyse des situations
Conception d'un questionnaire de recueil d'attentes et de besoins du jeune

Module 3 : Recueil et référencement des sources de recherches d'emplois. Mettre en adéquation le profil du candidat avec le poste visé

Partage et mutualisation des sites utilisés
Valorisation et reformulation des acquis de l'expérience passée

Module 4 : Naviguer et maîtriser les outils d'un réseau social (optionnel)

Création et utilisation d'un réseau social

Volume horaire total : de 21 à 28 heures

Méthodes Andragogiques :

Nous proposons la mise en œuvre des stages présentiels limités à 12 personnes afin de permettre à chaque participant de mettre en pratique des cas concrets et des mises en situation.

La démarche sera structurée et méthodique : de nombreux exemples et exercices rythmeront la formation, avec une alternance d'exposés interactifs et de démonstrations.

Les méthodes seront actives et basées sur des apports méthodologiques suivis d'exercices ludiques.

Modalités d'évaluation /certification finale :

1. Evaluation continue
2. Attestation de suivi de formation

L'appréciation des résultats se fait à travers la mise en œuvre d'une procédure d'évaluation de satisfaction, qui permet de mesurer l'efficacité de l'action au regard des objectifs initiaux.

Elle prend la forme :

1. ° d'un questionnaire de satisfaction des participants
2. ° d'une évaluation des objectifs sur indicateurs quantitatifs et qualitatifs
3. ° d'un bilan formalisé par écrit sur divers critères observables
4. ° d'un entretien entre le formateur et le donneur d'ordre

Coût :

Intra : 2889€ par groupe pour 21 heures
3849€ par groupe pour 21 heures + la journée optionnelle de 7 heures

Inter : 489€ par stagiaire pour 21 heures
649€ par stagiaire pour 21 heures + la journée optionnelle de 7 heures

Intervenant(e) : Consultant(e) – Formateur(trice)

Rôle et fonctions de tuteur

Réf : 401

Contexte :

Cette formation est proposée par Anim&Com consultant en partenariat avec les entreprises, les associations et les collectivités territoriales avec lesquelles il travaille, mais aussi avec les Organismes de Formation, Centres d'Apprentis et Ecoles.

Elle répond aux besoins identifiés et exprimés par les acteurs de formation et employeurs :

- Volonté de professionnaliser les infrastructures en développant les compétences de leurs moyens humains.
- Manque d'accompagnement des stagiaires en situation d'alternance.

Public :

Cette formation est destinée à toutes les personnes en situation de tutorat lors des cursus de formation.

Le public visé par cette action répond aux conditions suivantes :

Être ou se projeter d'être en situation de tutorat d'un stagiaire en formation
Remplir les conditions spécifiques liées au cursus de formation du stagiaire

Objectifs :

Permettre de renforcer les compétences en lien avec les missions confiées aux tuteurs :

- ⇒ Accueillir le stagiaire au sein de la structure
- ⇒ Connaître les dispositifs de formation
- ⇒ Accompagner le stagiaire pendant sa mise en situation professionnelle
- ⇒ Gérer l'alternance avec l'organisme de formation ou l'école
- ⇒ Evaluer le stagiaire

Programme :

La formation est composée de 2 journées de formation de 7 heures dont 1 jour de contenus transversaux et 1 jour de contenus plus spécifiques pouvant être dispensés en binômes avec certains partenaires institutionnels (OF, DRJSCS, DDCS...), soit 14 heures.

Planning prévisionnel :

Jour 1 (7h00) Module 1	Jour 2 (7h00) Module 2
<ol style="list-style-type: none">1. Présentation de la formation2. La fonction de tuteur3. Rappel du cadre juridique de la formation4. L'accueil du stagiaire5. Hiérarchie et subordination	<ol style="list-style-type: none">6. Organisation générale de la formation7. Ruban pédagogique8. Les outils de suivi de l'alternance9. Présentation des modalités certificatives

A affiner en fonction des besoins des prescripteurs et des demandes des publics.

Volume horaire total : 14 heures

Méthodes pédagogiques :

1. Retour d'expérience et contextualisation entre chaque module
2. Mise en situation et jeux de rôles
3. Analyse des pratiques

Modalités d'évaluation /certification finale :

4. Evaluation continue
5. Attestation de suivi de formation

Coût :

Intra : 1489€ par groupe pour 14 heures

Inter : 289€ par stagiaire pour 14 heures

Intervenant : Consultant(e) – Formateur(trice)

Communication



* Les prix de vente indiqués n'incluent pas les frais engagés hors région Île de France
** En inter, majoration de 20% par participant si effectif inférieur à 8
*** Intra → Maximum 8 personnes // Inter → Maximum 16 personnes

Les différentes formes de communication

Réf : 405

Publics : Cette formation est destinée à tous les publics, elle est adaptée à toutes formes d'organisations humaines.

Objectifs :

- ✓ Comprendre les enjeux de la communication
- ✓ Identifier les différentes formes de communication
- ✓ Savoir communiquer

Contenu : **Jour 1 : La communication, une question de contexte :**

- La communication, un échange
- Une question de place
- Une question de perception
- L'efficacité de la communication
- La communication verbale, non verbale et le paraverbal
- Les facteurs paraverbaux qui influencent l'efficacité du message
- Les facteurs non verbaux qui influencent l'efficacité du message

Jour 2 : La communication en institution :

Les fonctions de la communication interne :

- Structures, procédures, culture
- Forme, contenu, circulation, efficacité

Plan de communication :

- Qui, quoi, a qui, comment, quand, et pourquoi ?
- Les réseaux de communication

Jour 3 : Les formes de communication

- Interpersonnelle, de groupe, de masse
- Les obstacles à la communication
- Évaluation de la communication

Volume horaire total : 21 heures

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Pédagogie active et participative
- ✓ Apports théoriques avec exemples concrets
- ✓ Réflexion sur les pratiques professionnelles

Intervenant(e) : Consultant(e) – Formateur(trice)

Coût : **Intra :** 2889€ par groupe pour 21 heures
Inter : 469€ par stagiaire pour 21 heures

Mode de transmission de l'information (oral, écrit, ciblé)

Réf : 406

Publics : Cette formation est destinée à tous les publics, elle est adaptée à toutes formes d'organisations humaines.

Objectifs :

- ✓ Appréhender ce qu'est une transmission et à quoi elle sert
- ✓ Maîtriser l'importance et l'urgence des informations transmises
- ✓ Identifier les supports, les personnes auxquels les transmissions doivent être faites
- ✓ Utiliser le dossier de soins comme support de la prise en charge individualisée de la personne accueillie
- ✓ Formaliser dans le dossier de soins des informations pertinentes, précises, claires et utilisables
- ✓ Maîtriser la démarche des transmissions ciblées
- ✓ Établir les liens entre dossier de soins, transmissions ciblées et qualité de soins

Contenu : Jour 1 : Inscrire les Transmissions dans un contexte général

- Informer pour Accompagner l'utilisateur dans son quotidien
- Loi 2002, ses obligations, sa logique
- Dossier de l'utilisateur, informations utiles et transcrites
- Devoirs, obligations et logique des transmissions

Jour 2 : Méthodologie des transmissions professionnelles

- Observer, recueillir les informations
- Restituer les faits
- Bannir les jugements de valeurs
- Définir des mots clés
- Organiser et préciser les supports
- Communiquer, Écrire et Parler
- Le droit des usagers

Jour 3 : Les transmissions ciblées

- Les cibles et macro-cibles
- Le D.A.R., Le diagramme de soins
- La prise en charge individualisée et la démarche clinique

Volume horaire totale : 21 heures

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Pédagogie Participative
- ✓ Supports théoriques
- ✓ Réflexion sur les pratiques professionnelles
- ✓ Étude de cas

Intervenant(e) : Consultant(e) – Formateur(trice)

Coût : Intra : 2590€ par groupe pour 21 heures

Inter : 489€ par stagiaire pour 21 heures

Communication non verbale

Réf : 407

Publics : Cette formation est destinée à tous les publics, elle est adaptée à toutes formes d'organisations humaines.

Objectifs :

- ✓ Analyser la façon dont les autres nous perçoivent
- ✓ Maîtriser les fondamentaux de la Synergologie
- ✓ Apprivoiser le langage de la communication non verbale
- ✓ Décoder les attitudes et expressions non verbales

Contenu :

Jour 1 : La communication non verbale c'est quoi ?

- Apprivoiser le langage du corps et les émotions
- La place du non-verbal dans la communication interpersonnelle
- Différencier gestes symboliques, gestes culturels, gestes non conscients
- Les composantes du non-verbal : voix, image, regard, proxémique, posture, silences...
- Faire tomber les stéréotypes et idées reçues sur le langage du corps

Jour 2 : Décrypter les gestes, attitudes et expressions non verbales les plus courantes

- Décoder nos axes de tête, notre visage, les segments de notre corps
- Analyser les gestes d'auto – contact : démangeaisons, caresses et fixations
- Les attitudes qui montrent l'aptitude à négocier et convaincre

Jour 3 : Travailler sa communication non- verbale pour gagner en impact

- Poser sa voix et en jouer comme un instrument
- Impliquer l'autre en utilisant son regard et le toucher
- Travailler sa posture émotionnelle pour décoincer sa gestuelle
- Occuper l'espace pour accroître sa présence... ou la masquer

Volume horaire totale : 21 heures

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Pédagogie active et participative
- ✓ Apports théoriques avec exemples concrets
- ✓ Alternance de travail en binôme et en grand groupe

Intervenant(e) : Consultant(e) – Formateur(trice)

Coût : Intra : 2889€ par groupe pour 21 heures

Inter : 469€ par stagiaire pour 21 heures

Observer pour communiquer efficacement à l'écrit en milieu professionnel

Réf : 408

Publics : Cette formation est destinée à tous les publics, elle est adaptée à toutes formes d'organisations humaines.

Objectifs :

- ✓ Comprendre l'intérêt de l'observation
- ✓ Donner du sens à la pratique de l'observation
- ✓ S'en servir pour s'adapter
- ✓ Savoir identifier les limites
- ✓ Mieux transmettre à l'écrit pour mieux communiquer
- ✓ Décrire un problème, organiser un écrit
- ✓ Utiliser le lexique professionnel

Contenu :

Compétences à développer :

- Enjeux de la communication par l'écrit
- Savoir prendre des notes
- Savoir repérer une information importante
- Savoir rédiger en allant à l'essentiel
- Passage d'une communication à l'orale à une communication écrite

Volume horaire totale : 7 heures

Méthode pédagogique :

- ✓ Méthode participative
- ✓ Apports théoriques et méthodologiques
- ✓ Jeux d'écritures
- ✓ Échanges de production
- ✓ Étude de cas
- ✓ Mise en situation
- ✓ Analyse professionnelle

Intervenant(e) : Consultant(e) – Formateur(trice)

Coût : Intra : 959€ par groupe pour 7 heures
Inter : 189€ par stagiaire pour 7 heures

La communication au sein de l'équipe

Réf : 409

Publics : Cette formation est destinée à tous les publics, elle est adaptée à toutes formes d'organisations humaines.

Objectifs :

- ✓ Conscientiser les représentations de chacun sur la notion « d'équipe » et définir la notion « d'équipe ».
- ✓ Identifier ce qu'est la motivation au travail
- ✓ Définir les objectifs communs à une équipe
- ✓ Décoder et comprendre les mécanismes en jeu dans la communication professionnelle

Contenu :

Jour 1 : A Les notions d'équipe et de pluridisciplinarité

- « L'objet » commun et la prise de conscience des différences dans les représentations interindividuelles
- Réflexion sur la notion de pluridisciplinarité
- Inventaire et « redécouverte » des fonctions attribuées aux professionnels de l'équipe
- Articulation « fonctions » et « but commun »

B La communication professionnelle

- Les caractéristiques et les éléments constitutifs de la motivation au travail
- L'articulation, Attentes / Besoins / Obligations et le cadre d'une activité professionnelle

Jour 2 : La notion de but commun

- Les liens avec le Projet Associatif et le Projet d'Établissement

La communication professionnelle

- Les différentes formes de communication
- Les freins à la communication et les éléments facilitateurs
- Rappel du cadre juridique et institutionnel des écrits professionnels
- Les points d'appui pour faciliter la transmission des informations
- L'organisation des échanges dans les réunions d'équipe

Volume horaire totale : 14 heures

Méthode pédagogique :

- ✓ Pédagogie Participative
- ✓ Apports théoriques / Pratique interactive
- ✓ Réflexions sur des situations apportées par les stagiaires

Intervenant(e) : Consultant(e) – Formateur(trice)

Coût : Intra : 1899€ par groupe pour 14 heures

Inter : 379€ par stagiaire pour 14 heures

La Communication Professionnelle

Réf : 404

Contexte :

Cette formation est proposée par Anim&Com consultant en partenariat avec les entreprises, les associations et les collectivités territoriales.

Elle répond à des besoins identifiés et exprimés par des professionnels qui recherchent à optimiser leur communication transversale dans un souci permanent de performance et d'amélioration.

Public : Tous publics

Objectifs principaux :

- ⇒ Concevoir et déployer un plan de communication
- ⇒ Organiser un événement en utilisant les bons outils de communication
- ⇒ Améliorer et harmoniser la communication interne et externe

Les domaines de formation :

Module 1 : Définir sa structure : Mieux se connaître pour mieux communiquer

1. Collaborer à la conception d'une politique de communication et suivre sa mise en œuvre
2. Organiser les relations presse et contribuer au développement des relations publiques
3. Connaître les techniques du web et savoir dialoguer avec des partenaires
4. Créer et maintenir l'ensemble des supports de communication

Module 2 : Utiliser les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC)

1. Organiser et actualiser les informations recueillies à diffuser
2. Rédiger des documents d'information et de communication
3. Effectuer une veille de presse et créer des revues de presse
4. Créer, utiliser et effectuer la maintenance de supports multimédias

Module 3 : Utiliser les supports médias et réseaux sociaux comme levier d'action

1. Utiliser les outils bureautiques et communiquer à distance et différé
2. Organiser la communication entre les différents partenaires
3. Développer et organiser des relais internes
4. Développer et fidéliser un réseau de partenaires territorial
5. Apprendre à maîtriser les réseaux sociaux communautaires

Module 4 : Promouvoir une action, une manifestation ou un événement et se faire connaître tout en étant garant de son image (optionnel)

1. Entretien une relation publique avec la presse
2. Créer un tract, une affiche et organiser leurs diffusions
3. Créer des événements, mobiliser et diffuser
4. Rédaction et diffusion d'un communiqué de presse
5. Préparer une conférence de presse

Programme :

La formation se fragmente en plusieurs journées de 7 heures. Un plan d'action allant de 3 à 4 jours sera envisagé en fonction des modules sélectionnés et de l'approfondissement souhaité. Pour cela, il suffira au prescripteur d'affiner et de préciser la commande.

Si cela est nécessaire, nous pouvons, identifier les besoins prioritaires de la structure par l'intermédiaire d'un audit afin de définir un plan d'action efficace. Ce diagnostic peut s'effectuer sur ½ journée ou plus, selon la taille de l'établissement et les problématiques rencontrées.

Volume horaire total : de 21 à 28 heures selon la commande

Méthodes pédagogiques :

Nous proposons la mise en œuvre de stages présentiels limités à 20 personnes afin de permettre à chaque participant de mettre en pratique des cas concrets et des mises en situation. La démarche sera structurée et méthodique : de nombreux exemples et exercices rythmeront la formation, avec une alternance d'exposés interactifs et de démonstrations. Les méthodes seront actives et basées sur des apports méthodologiques suivis d'exercices ludiques.

Modalités d'évaluation /certification finale :

6. Evaluation continue
7. Attestation de suivi de formation

L'appréciation des résultats se fait à travers la mise en œuvre d'une procédure d'évaluation de satisfaction, qui permet de mesurer l'efficacité de l'action au regard des objectifs initiaux.

Elle prend la forme :

8. ° d'un questionnaire de satisfaction des participants
9. ° d'une évaluation des objectifs sur indicateurs quantitatifs et qualitatifs
10. ° d'un bilan formalisé par écrit sur divers critères observables
11. ° d'un entretien entre le formateur et le donneur d'ordre

Coût : **Intra** : 2889€ par groupe pour 21 heures
3849€ par groupe pour 21 heures + la journée optionnelle de 7 heures

Inter : 489€ par stagiaire pour 21 heures
649€ par stagiaire pour 21 heures + la journée optionnelle de 7 heures

Facebook et autres réseaux sociaux comme levier d'action en communication

Réf : 403

Contexte :

Cette action est proposée par Anim&Com consultant en partenariat avec les entreprises, les associations et les collectivités territoriales avec lesquelles il travaille, mais aussi avec les Organismes de Formation, Centres d'Apprentis et Ecoles.

Elle répond à des besoins utiles et nécessaires, rendus indispensables et parfois même obligatoire par certaines organisations:

1. Développement partenarial sur le territoire à l'aide du numérique
2. Stratégie de communication à but économique et écologique

Avec plus de 1,80 milliard d'utilisateurs mensuels dans le monde dont 30 millions en France et plus de 1,03 milliard par jour sur mobile, **Facebook est le plus grand vivier gratuit et facile d'accès de ressources humaines disponible** en continue au service de l'économie et des organisations humaines. De plus en plus d'entreprises telles que les TPE, PME, Auto-Entreprise, ou les associations et collectivités territoriales l'utilisent désormais comme unique outil de communication 2.0 pour prospecter, fidéliser et socialiser leurs usagers. Ces dernières années, la Fonction Publique Hospitalière et la Fonction Publique d'Etat mettent aussi ce support de communication à leur service. Facebook est devenu aussi un remarquable outil de recrutement pour les employeurs.

Public :

Cette action est destinée à tous les publics : particuliers, salariés ou dirigeants.

Le public visé par cette action répond aux conditions suivantes :

1. Être ou se projeter d'être en situation de communicant utilisant les réseaux sociaux communautaires
2. Utiliser Facebook à des fins stratégiques de communication tout en respectant sa charte éthique d'utilisation

Objectifs :

- ⇒ Comprendre la valeur ajoutée de Facebook dans sa stratégie de communication
- ⇒ Connaître et savoir utiliser toutes les fonctions Facebook

- **Communiquer** des informations
- **Diffuser** des publicités
- **Fédérer** autour de votre organisation
- **Créer** des événements

Programme :

L'intervention est composée de 1 à 2 journées de de 7 heures dont 1 jour de contenu général et 1 jour de contenu plus spécifique, soit 14 heures. Possibilité de n'effectuer qu'un seul jour selon les besoins et les attentes du participant.

1. **Comment monter sa stratégie Facebook**
 - Présentation de Facebook
 - Création de compte
 - Les applications (+buzz) sur Facebook
2. **Questions / réponses**
3. **Mise en pratique**
 - Création de la page
 - Facebook Page Insight
 - Création d'une campagne sur Facebook (best practice)
 - La démarche conversationnelle

Planning prévisionnel :

Jour 1	(7h00)	Module 1
---------------	---------------	-----------------

Sensibilisation et initiation

Sur un atelier de création ou de reprise de compte en temps réel, nous apprendrons entre autre à : **Créer et animer un Profil ou Fan Page**

Connaître et utiliser les fonctionnalités de Facebook

Cette journée de 7 heures va vous permettre de découvrir le réseau social Facebook ou de l'approfondir. Vous apprendrez à quoi sert ce réseau social : à vous créer un compte ou à l'animer. Ensuite, vous apprendrez à rechercher un contact, à l'ajouter, à lui envoyer un message...

Vous apprendrez à paramétrer votre profil (nom, date de naissance, détails sur vous, liens et relation...) Nous aborderons les paramètres de Facebook (confidentialité, nom d'utilisateur, question secrète, et autres paramètres de sécurité). Vous apprendrez à utiliser le « Mur » (mettre des messages, commenter, les statuts...)

Nous verrons le fonctionnement de la messagerie de Facebook, qui vous permet d'envoyer des messages privés. Vous verrez également comment il est possible de changer la photo de profil, ajouter de nouvelles photos en créant un album, placer un bandeau. **Puis vous apprendrez à créer et gérer vos publicités et promotions.**

Jour 2	(7h00)	Module 2
---------------	---------------	-----------------

Approfondissement et perfectionnement

Ecosystème des réseaux sociaux - Culture générale

Publicité, bouton « J'aime », « Like box »...

1. Cartographie des réseaux sociaux
2. Quelques chiffres sur Facebook
3. Fonctionnement d'un réseau social

Connaître les différents leviers d'actions sur Facebook

« Community manager » et gestion de communauté

Comment fonctionne Facebook pour les organisations entrepreneuriales ?

Comprendre le langage utilisé sur Facebook

Comprendre le mécanisme de Facebook: profil, Newsfeed, onglets

Les valeurs ajoutées de votre présence sur Facebook

Connaître les bases du « community management »

Le profil type du « community manager »

Les astuces pour bien animer son profil

Les erreurs à ne pas commettre

Les différences entre profil personnel, groupe, événement et page fan

Étude de cas de réussite et d'échec de page Facebook institutionnelle

Volume horaire total : 7 ou 14 heures selon la commande

Méthodes pédagogiques :

- Retour d'expérience et identification des besoins personnels
- Accompagnement à la création et à l'utilisation
- Mise en situation réelle et analyse des pratiques

Modalités d'évaluation /certification finale :

4. Evaluation continue & Attestation de stage

Coût :

Inter : 189€ par stagiaire pour 7 heures
379€ par stagiaire pour 14 heures

Intra : 959€ par groupe pour 7 heures
1899€ par groupe pour 14 heures