

# *l'Académie du Newbiz* *et des Métiers de la Communication*

## [TOP 5]

**Prompt Booster : briefer l'IA**  
**Maîtriser l'Art de la compét'**  
**Bâtir les 5 piliers d'un Newbiz performant**  
**Activer votre leader advocacy**  
**Maîtriser les fondamentaux du planning stratégique**

Le top 5 des formations les plus demandées en 2026  
par nos clients. Toutes notées au-dessus de 96 % de satisfaction.



*l'Académie  
du Newbiz*



**Qualiopi**  
processus certifié  
■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :  
ACTIONS DE FORMATION

# PROMPT BOOSTER : L'ART DE BRIEFER L'IA APPLICATIONS AVANCÉES

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations : [catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation individuel pour connaître le niveau de connaissance et d'usage des outils d'Intelligence Artificielle générative et notamment de ChatGPT.

## Module 1 – Panoram.AI

1. Tour d'horizon des dernières innovations dans l'univers de l'IA générative avec un focus marketing et communication.

## Module 2 – Prompts avancés et contenu multimodal

2.1. Techniques avancées de prompt : l'art de briefer ChatGPT comme un pro.

Aller plus loin dans son usage du prompt pour obtenir des résultats originaux et professionnels (Chaîne de prompts, prompt multi-rôles ...)

2.2 Initiation à la création de contenu multimodal : texte, image, musique, avatar ...

**Exercice pratique :** Produire un contenu multimodal pour une marque.

## Module 3 – Créer un GPTs enrichi

3.1. Comprendre le fonctionnement des GPTs et leurs limites

3.2 Développer son GPTs en ajoutant une base de données personnalisée pour augmenter les capacités de ChatGPT

3.4. Tester et optimiser son GPTs avant de le publier

**Exercice pratique :** Créer un GPTs pour exécuter des tâches récurrentes en agence.

## Module 4 – S'initier aux workflows intelligents

4.1. Introduction à l'automatisation d'un flux de tâches multiples.

4.2. Automatiser des tâches répétitives avec ChatGPT et Make ou Zapier

**Exercice pratique :** Créer un workflow automatisé pour un processus spécifique.

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Durée

1 jour

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté.

Ordinateur individuel et connexion wifi.

Optionnel, mais recommandé : un abonnement à ChatGPT

PLUS par stagiaire

Prérequis : un abonnement

payant à ChatGPT par stagiaire

Recommandé : un compte

Google personnel + Make ou

Zapier



## Intervenant

**Frédéric Faivre**

**Consultant en Marketing, formateur, conférencier et animateur d'atelier de créativité avec l'Intelligence artificielle.**

Après 25 ans dans la publicité et le digital en France et à l'international en tant que directeur commercial d'agence, Frédéric fonde la startup Goodfazer, une plateforme SaaS de parrainage pour le retail, revendue à Splio. Dernièrement, il crée AI FEVER, une "Consulting Boutique" spécialisée dans le marketing et l'innovation liée à l'intelligence artificielle.

## Objectifs

- Rester à la pointe des dernières innovations en IA générative et leurs applications dans la communication.
- Découvrir les capacités avancées de ChatGPT-4o pour créer du contenu multimodal
- Explorer le potentiel des GPTs pour exécuter des tâches récurrentes et répétitives.
- S'initier à l'automatisation avec les workflows intelligents

## Public visé

La formation s'adresse aux professionnels souhaitant améliorer leur pratique de ChatGPT 4 avec les fonctionnalités avancées :

- Dirigeants /Cadres
  - Managers
  - Créatifs
  - Consultants
  - Toute personne en agence (digital, pub, etc.)
- Prérequis

- Il est recommandé de connaître les fonctionnalités de base de ChatGPT et de disposer d'un compte personnel sur ChatGPT PLUS (payant).

## Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas d'usage liés aux agences de création, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

# L'ART DE LA COMPET : COMMENT AUGMENTER VOTRE TAUX DE TRANSFORMATION

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations : [catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)

## Introduction

Recueil des attentes de la journée de formation et quiz d'évaluation sur la participation dans les compétitions agences et le ressenti de la compétition au sein de leurs agences.

**Présentation de la structure de la journée et des différents modules.**

## Module 1 - Anticiper le brief

- 1.1 Le homework indispensable et préparatoire
- 1.2 Identification de l'équipe et mise sous tension
- 1.3 Gestion du cold pitch : l'admin, un pré-budget, la roadmap et planning, les moments pivots, et l'organisation de la dernière semaine

## Module 2 - Les 10 premiers jours

- 2.1 La stratégie de pitch. : définition et identification des paramètres à prendre en compte.
- 2.2 Avoir une lecture "gagnante" du brief et des annexes !
- 2.3 Mise en place d'une stratégie relationnelle ou comment exister chez l'annonceur pendant la quiet période

## Module 3 - Chemistry meeting et Q & A.

- 3.1 La réunion de chemistry, ou comment profiter de la seule réunion à laquelle on a le droit de dire des bêtises. Applicatif creds et case studies.
- 3.2 La réunion de Q & A. Attention danger ! Comment appréhender et structurer cette réunion cruciale. Comment l'animer et la rendre vivante.

## Module 4 - Réussir ses présentations

- 4.1 Le premier tour : La règle des 3 s : simplicité, synthétique et souriante
- 4.2 : Les "lardons dans la salade" : comment sélectionner les 3 éléments saillants à mettre en avant et sur lesquels investir
- 4.3 L'art du debrief constructif et enthousiasmant.
- 4.4 Savoir gérer et organiser les répétitions
- 4.5 La finale. En tête ou pas ? Quelle stratégie adopter en conséquence

## Module 5 - Gérer l'après-compétition

- 5.1 Le post mortem
- 5.2 Gestion de la victoire ou de la déception

## Module 6 - Les règles d'or : les do's et don't

- 6.1 Les interdits
- 6.2 La check-list indispensable et non négociable.

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation.

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Durée

1 jour

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté.  
Ordinateur individuel et connexion wifi.



## Intervenant

**Jérôme Martel**  
Membre du Comex et  
Directeur du développement  
et de la croissance de  
Publicis France.

Plus de 20 ans d'expérience dans les plus grandes agences parisiennes (TBWA, WPP, Publicis), Jérôme a passé les 17 dernières années à gérer toutes les compétitions pour le Groupe Publicis en France, toute agence confondue,, toute discipline confondue, en France comme à l'international.

## Objectifs

- Mieux appréhender les compétitions : temps, équipes et investissement
- Montée en compétences stratégiques et opérationnelles
- Augmenter sa valeur ajoutée pendant les compétitions
- À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'optimiser ses chances de succès en compétition

## Public visé

- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer et participer à des compétitions : du cadre dirigeant au stagiaire et en priorité les Directeurs du développement
- Aucun prérequis nécessaire

## Méthode

La formation privilégie l'interactivité et alterne théorie et pratique. L'échange est privilégié avec des mises en pratique, à partir de cas concrets. Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

# BÂTIR LES 5 PILIERS D'UN NEWBIZ PERFORMANT

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservez, contactez et informez :

[catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître la santé new business de votre agence

## Module 1 – Identifier les enjeux du newbiz pour votre agence

1.1. Le marché des agences en France

1.2. Le parcours annonceurs

1.3. Atelier évaluation des acquis : analyse de la santé, new business de votre agence.

1.4 Assimiler les process essentiels à chaque étape du newbiz Positionner, Promouvoir, Prospector, Présenter et Pitcher

Les 5 piliers (5P®) d'un new business performant

## Module 2 – Clarifier sa proposition de valeur

2.1. Formuler sa proposition de valeur

2.2. Benchmark et analyse des positionnements de vos concurrents

2.3. Atelier évaluation des acquis : analyse et échange sur le positionnement de votre agence.

## Module 3 – Identifier les points de contacts pour construire son plan de communication

3.1. Définir sa stratégie de communication

3.2. Définir les axes de son plan de communication

3.3. Atelier évaluation des acquis : Ébauche de votre plan de communication commerciale

## Module 4 – Formuler une méthode pour une démarche commerciale active et structurée pour son agence

4.1 Construire son plan de prospection

4.2 Identifier les clients miroirs pour construire sa dream list

4.3 Savoir évaluer les forces en présence

4.4 Atelier évaluation des acquis : Premières pistes d'organisation de votre plan newbiz

## Module 5 – Illustrer les bonnes pratiques pour passer de la longlist à la shortlist

5.1. Observer le process d'une compétition

5.2. Être dans le radar des marieurs et des annonceurs

5.3. Préparer sa présentation agence

5.3 Atelier évaluation des acquis : travail sur vos cas agence

## Module 6 – Identifier les étapes du pitch agence

6.1. Orchestrer la compétition

6.2 Go ? No Go ? repérer les règles à respecter

6.3 Atelier évaluation des acquis : échange sur le debrief de vos compétitions

## Module 7 – Construire et s'approprier son élévateur pitch

7.1. Mettre en musique son positionnement et sa promesse

7.2. S'entraîner à l'écrit comme à l'oral

7.3. Atelier évaluation des acquis : jeu de rôle sur votre elevator pitch

## Module 8 – Identifier et planifier des tâches pour chaque action des étapes newbiz

8.1. Découper l'ensemble de vos actions en tâches

8.2. Construire sa routine newbiz et ses habitudes récurrentes

8.3. Atelier évaluation des acquis : se projeter dans sa routine

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Durée

2 jours

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté.

Ordinateur individuel et connexion wifi.

## Objectifs

- Intégrer les enjeux du new business pour votre agence
- Appréhender les différentes étapes du Newbiz
- Mettre au point son discours agence
- Recueillir la méthode pour construire sa routine newbiz
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable d'engager une stratégie new business efficace pour son agence

## Public visé

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...
- Aucun prérequis nécessaire

## Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis



Catherine Saint Loubert-Bié  
Fondatrice de l'Académie du Newbiz et des métiers de la communication



Jean-Philippe Gilbrin  
Conseil en choix d'agence, expert des relations agence-annonceur.

# ACTIVER VOTRE LEADER ADVOCACY

Deux jours pour combiner diagnostics, ateliers pratiques et outils concrets au service du pilotage de votre social media leadership

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :

[catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)

## Introduction

### Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes, construction de la carte mentale du social media leadership et adaptation de la formation à vos besoins spécifiques.  
Présentation des stagiaires, recueil des attentes, quiz d'évaluation de votre connaissance en social media leadership

## Jour 1 - Incarner votre posture & structurer votre stratégie d'influence

### Module 1 - Le dirigeant comme figure d'influence

Comprendre les nouveaux codes du leadership online, identifier les postures d'influence performantes

1.1 Les nouveaux codes du leadership online en 2026

1.2 Leader advocacy vs personal branding

1.3 Typologie des voix dirigeantes et des canaux social media

1.4 Marque personnelle et marque employeur

Atelier 1: Cartographie de la posture online, Audit de réputation IA, Diagnostic & grille de positionnement,

### Module 2 - De la posture à la stratégie éditoriale

Construire une stratégie de prise de parole online alignée, différenciante, en lien avec les objectifs business de l'agence

1.2.1 Construire une ligne éditoriale alignée

1.2.2 Quelle parole pour quel levier ?

1.2.3 Positionnement et notoriété online

1.2.4 Benchmark social media

Atelier 2: Co-construire votre stratégie éditoriale augmentée avec l'IA

## JOUR 2 - IA, singularité et efficacité éditoriale

### Module 3 - L'IA au service de votre notoriété digitale

Explorer les apports de l'IA dans la production de contenu, avec différenciation, éthique et cohérence narrative

3.1 Pourquoi l'IA change les règles du jeu éditorial

3.2 Cas d'usage pour dirigeants & narration augmentée

3.3 IA et différenciation

3.4 Outils IA pour la génération de contenus social media

Atelier 3 : Créer son assistant éditorial IA personnalisé

### Module 4 - Singularité et pilotage de la leader advocacy

Définir les règles du jeu éditorial à l'ère de l'IA, anticiper les risques et piloter sa parole dirigeante

4.1 IA & prise de parole

4.2 Stratégie « IA-aware »

4.3 Maîtriser les nouveaux enjeux de visibilité

4.4 Retours d'expérience & best practices

4.5 Construire une routine éditoriale maîtrisée

Atelier IA 2: Ma feuille de route Leader Advocacy + IA

Cas pratique: Transformer un angle en post, tribune, pitch video

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Durée

2 jours

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté.

Ordinateur individuel et connexion wifi.



**Intervenante**  
**Maud Bandon, Conseil,**  
**Stratégie en communication**  
**corporate digitale d'influence**  
**et gestion de crise online**

## Objectifs

- Permettre de structurer une posture de social media leadership
- Accompagner dans la conception et l'activation d'une stratégie éditoriale d'influence continue, scénarisée et différenciante
- Donner les clés pour articuler intelligence humaine et outils IA dans le développement de votre leader advocacy

## Public visé

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...
- Aucun prérequis nécessaire

## Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation, pour valider les acquis

1 Plus de 14 ans d'expérience en accompagnement de dirigeants et d'équipes communication sur leurs enjeux corporate, digitaux et d'influence social media. Conseil stratégique et opérationnel sur la création de leadership online et la gestion de communication sensible. Mise en place de dispositifs sur mesure, orientés résultats. Interventions régulières en formation et dans la mise en autonomie des équipes.

# MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DU PLANNING STRATÉGIQUE

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :

[catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)

Nous vivons une époque de transformations permanentes et profondes qui nécessitent une écoute et un dialogue continu avec les gens, leurs inquiétudes, leurs espoirs, leurs attentes, leurs envies, mais aussi avec la société et ses évolutions. C'est l'un des rôles centraux du planning stratégique, que d'écouter les gens et l'époque pour élaborer des stratégies de marques efficaces. Il paraît donc plus que jamais indispensable.

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau de connaissance et d'expérience des stagiaires en matière de planning stratégique

## Module 1 – Les bases du planning stratégique et du pitch

- 11.1 Découvrir le Planning Stratégique : définitions, rôle, mindset
- 1.2 Identifier les do et les don't
- 1.3 Structurer l'approche méthodologique du pitch
- 1.4 La (Les) méthode(s) : du brief client à la copy strat et à la recommandation
- 1.5 : Approfondir les 3 contenus clé et leur formalisation : L'écoute et la compréhension de la cible, la narration de la marque, les insights
- 1.5 Atelier évaluation des acquis : évaluation des acquis à partir de cas pratiques de briefs clients.

## Module 2 – Du brief création à la recommandation

- 2.1 Du brief client au brief création : partage d'une trame et exercices (brief simple – 1 media, brief complexe = multiples points de contacts et déclinaison)
- 2.2 Élaborer la recommandation:
- 2.3 Focus création : Formats de présentation, pitch d'idées créatives, storytelling entre création et plan d'actions,
- 2.5 Atelier évaluation des acquis appuyé sur des exemples et des études de cas

## Module 3 – Finalisation et Retours

- 3.1 Explorer des sources d'inspiration : Accéder à des outils et ressources pratiques pour le planning stratégique.
- 3.2 Recevoir et donner du feedback
- 3.3 Coordonner efficacement les membres de l'équipe et les différentes parties prenantes.
- 3.4 Atelier évaluation des acquis sur les outils du planning stratégique

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

### Objectifs

- Intégrer les principes les fondamentaux du pitch et de la création
- Analyser et formuler les besoins des cibles
- Appliquer des techniques efficaces pour le brief création et la recommandation
- Présenter des pitches créatifs et stratégiques
- A l'issue de la formation, le stagiaire saura concevoir et mettre en œuvre des plans stratégiques qui répondent de manière efficace et créative ...

...aux besoins des clients, s'appuyant sur une analyse approfondie et une application méthodique des principes du planning stratégique.

### Public visé

- Dirigeant, Cadre,
- Responsable du développement,
- Planneur stratégique
- Manager, Commercial,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à gérer des clients et participer à des compétitions...
- Aucun prérequis nécessaire

### Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

### Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

### Durée

2 jours ou 3 jours

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté.  
Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenante  
Cécile Badouard

30 ans d'expérience en tant que Directrice du Planning stratégique et DG en agences, j'ai accompagné de nombreuses marques dans leur lancement, leur (re)positionnement et leur développement. J'ai encadré des équipes de planneurs mais aussi de responsables études (quantitatives et qualitatives) et de designers afin de construire ces marques et leurs trajectoires. J'ai une connaissance et une appétence fortes pour les marques grand public des secteurs alimentaires, retail, mobilité, services.

Votre texte de paragraphe