

# *l'Académie du Newbiz*

L'ORGANISME DE FORMATION DU NEWBIZ & DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

## Catalogue 2026

Numéro de déclaration d'activité prestataire de formation 11756604075



*l'Académie  
du Newbiz*

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

Jean-Philippe Gilbrin  
[jean-philippe@lacademie-du-newbiz.com](mailto:jean-philippe@lacademie-du-newbiz.com)



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

**ACTIONS DE FORMATION**



## EDITO

On y est.

Ce que je me suis toujours promis en lançant  
L'Académie du Newbiz prend vie : être utiles.  
Vraiment utiles.

Proposer des formations concrètes, ancrées dans  
la réalité des métiers de la communication et de la  
relation agences-annonceurs.

Des contenus pensés pour les agences — qu'elles  
soient indépendantes, intégrées à des groupes,  
hybrides ou internalisées chez les annonceurs.

Avec un point commun : les vrais enjeux du  
quotidien, les briefs, les compétences, les deadlines,  
les tensions, les arbitrages... et les réussites.

Nos formateurs ne sont pas des théoriciens. Ce  
sont des experts du terrain, reconnus pour leur  
pratique et leur regard affûté.

Et ce sont nos clients qui en parlent le mieux :

*« Les formations de L'Académie du Newbiz sont les premières à vraiment coller à notre réalité. »*

C'est sans doute ce dont je suis la plus fière.  
Alors je continue. Intensément.  
Toujours plus proche de vos besoins.

Vous avez une problématique précise ? Un besoin  
urgent de montée en compétences ? Un sujet à  
travailler en équipe ou en individuel ?  
Parlez-nous-en. On construira la solution ensemble.

Catherine Saint Loubert  
Fondatrice de l'Académie du Newbiz  
[catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)  
+33 660371562  
[www.lacademie-du-newbiz.com](http://www.lacademie-du-newbiz.com)



# [CATALOGUE DES FORMATIONS]

Notre catalogue vous permet de construire un parcours de formation thématique sur l'année, en sélectionnant les formations les plus pertinentes selon vos enjeux et le niveau de maturité de vos équipes.

## NEWBIZ & PROSPECTION

- Bâtir les 5 piliers d'un Newbiz performant
- Valoriser sa présentation agence
- Pitcher la valeur de son agence
- Apprendre à « chasser » ponctuellement
- Media training : performer face caméra

## PITCH & COMPÉTITION

- Maîtriser l'art de la compét'
- Répondre à un appel d'offres public
- Structurer vos présentations pour convaincre
- Maîtriser l'art du pitch en soutenance

## PERFORMANCE COMMERCIALE

- Optimiser ses performances commerciales
- Maîtriser les techniques de vente
- Bâtir, maintenir et défendre la valeur des projets

## MANAGEMENT

- Maîtriser les fondamentaux du management
- Manager : Passer du "je" au "nous"
- Fidéliser et engager durablement les jeunes recrues en agence
- Manager la performance commerciale de votre équipe

## RSE

- Accompagner ses clients dans la RSE
- Déployer la démarche RSE par la certification
- Anticiper la CSRD

## SANTÉ MENTALE

- Booster sa performance et son hygiène de vie
- Prévenir la vulnérabilité psychique au travail
- Gérer la charge mentale et prévenir l'épuisement



l'Académie  
du Newbiz



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

## **IA & AUTOMATISATION**

Prompt Booster : briefer l'IA

Midjourney : déployer sa créativité IA

Construire des workflows IA automatisés

IA & projets vidéo

Challenger sa stratégie marketing BtoB avec l'IA

## **PLANNING STRAT & MARQUE**

Fondamentaux du planning stratégique

Écrire un brief créa

Travailler les tendances

Déetecter des insights consommateurs

Nouveaux récits pour un futur inspirant

## **RESEAUX SOCIAUX, INFLUENCE & SOCIAL MEDIA**

L'efficacité publicitaire : quelle boussole pour vos stratégies (Media) ?

Activer son Leader Advocacy

Réussir ses collaborations avec les influenceurs

De la marque au média : créer un contenu qui compte

Influence BtoB : développez l'influence de votre agence

Maîtriser les leviers du social listening

## **DATA & MEDIA**

L'efficacité publicitaire : quelle boussole pour vos stratégies (Media) ?

Google Analytics 4

CRO & UX Analytics

Tableaux de bord avec Looker Studio

## **GO TO MARKET & INTERNATIONAL**

Structurer sa stratégie Go to Market

Préparer son développement à l'international

## **RELATION ANNONCEUR-AGENCE**

Rédiger un brief agence efficace

Structurer et professionnaliser son studio intégré



*l'Académie  
du Newbiz*



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



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

# NEWBIZ & PROSPECTION

Bâtir les 5 piliers d'un Newbiz performant  
Valoriser sa présentation agence  
Pitcher la valeur de son agence  
Apprendre à « chasser » ponctuellement  
Media training : performer face caméra

# 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. 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 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, Prospecter, 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 : Ebauche 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'entrainer 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

<b>Participants</b>	Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Lieu</b>	Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b>	Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



**Intervenante**  
**Catherine Saint Loubert-Bié**  
**Conseil en new business, formatrice et fondatrice de l'Académie du Newbiz**

Plus de 25 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil en Communication et Directrice Générale en charge du new business en agence de communication.

Mise en place de process efficaces de la prospection à la compétition. De nombreux gains de budgets structurants en agence tout au long de sa carrière.

Objectifs	Public visé	Méthode
• Intégrer les enjeux du new business pour votre agence	• Dirigeant, • Cadre, • Responsable du développement, • Manager, • Commercial, • Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)	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
• Appréhender les différentes étapes du Newbiz	amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...	
• Mette au point son discours agence	• Aucun prérequis nécessaire	Evaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis
• 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		

# OPTIMISER VOTRE PRÉSENTATION D'AGENCE

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître l'usage et les attentes de la présentation d'agence

## Module 1 – Définir clairement le positionnement de l'agence

- 1.1. Formaliser et identifier les éléments clés de l'identité de l'agence (proposition de valeur, positionnement, promesse, motto).
- 1.2. Rédiger une fiche d'identité de l'agence.
- 1.3. Atelier : Travail en sous-groupes pour peaufiner la proposition de valeur et les éléments différenciants de l'agence. Définir ce qui rend leur agence unique selon eux.

## Module 2 – Concevoir une présentation convaincante de l'agence

- 2.1. Présenter les composantes essentielles de l'elevator pitch et de l'approche méthodologique,
- 2.2. Définir un plan de présentation efficace
- 2.3. Atelier : Travail en équipe pour concevoir les pages : Définition de l'agence Positionnement, Promesse, Méthodo, Expertises métiers, Historique, Les chiffres clés, L'équipe , Les clients

## Module 3 – Sélectionner et présenter des cas clients de manière impactante

- 3.1. Expliquer l'importance de la sélection des cas ( transversaux / récents / successfull / primés ...)
- 3.2. Dramatiser les cas pour captiver l'audience ( exemples de dramatisation)
- 3.3 Mettre l'accent sur les résultats obtenus
- 3.4. Atelier : Adapter et appliquer les principes à des exemples concrets : travail en sous groupe pour présenter un cas en utilisant les techniques de dramatisation.

## 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.

### Objectifs

### Public visé

### Méthode

<ul style="list-style-type: none"><li>• Développer la capacité à rédiger et structurer une présentation qui valorise les points forts de l'agence.</li><li>• Maîtriser les étapes clés de la construction d'une présentation d'agence</li><li>• Appliquer des techniques de narration et de dramatisation pour rendre les cas présentés plus impactants.</li><li>• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de rédiger une présentation efficace pour valoriser son agence auprès de clients et de prospects</li></ul>	<p>Clients – prospects</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre Marketing/com</li><li>• Chargé de projet</li><li>• Commercial</li><li>• Toute personne chez l'annonceur (client ou prospect) amenée à organiser des consultations d'agences et à mener des compétitions ...</li></ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>
---	---	---

### Intervenante

**Catherine Saint Loubert-Bié**  
**Conseil en new business, formatrice et fondatrice de l'Académie du Newbiz**

Plus de 25 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil en Communication et Directrice Générale en charge du new business en agence de communication.

Mise en place de process efficaces de la prospection à la compétition. De nombreux gains de budgets structurants en agence tout au long de sa carrière.



# NEWBIZ & IA

## GPTiser SON DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

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 en amont de la formation, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau IA, l'adoption au quotidien des outils IA et la pratique du développement commercial de son agence.

### Module 1 – Panorama IA et relation commerciale

- 1.1 De l'UBERisation à la GPTisation de la société et des métiers
- 1.2 Panorama des solutions existantes
- 1.3 Comment l'IA révolutionne la relation client ?

### Module 2 – Une journée de newbiz avec l'assistance IA

- 2.1 Répertorier et créer ses routines d'IA
  - 2.2 Définir les cas d'usage pour amplifier son newbiz grâce à l'IA
  - 2.3 Créer les GPT's pour automatiser ses tâches récurrentes
- Atelier de mise en pratique :** Dream List & prospection augmentée par l'IA, GPT coach, définir son client idéal (ICP) ....

### Module 3 – Générer des scénarios de jeu de rôle de prospection ou de vente avec l'IA

- 3.1 Personnaliser son Ice breaker
  - 3.2 Peaufiner son pitch et ses arguments
  - 3.3 Anticiper les objections
- Atelier de mise en pratique :** se faire coacher à l'oral avec l'IA

### Module 4 – Crée une Team IA Newbiz pour des contenus percutants

- 4.1 Optimiser sa stratégie de contenus marketing
  - 4.2 Produire des contenus marketing en toute autonomie avec l'IA
  - 4.3 S'initier aux outils de création de contenus multimodaux
- Atelier de mise en pratique :** Développer des contenus pour son agence

### Conclusion

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

### Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8 pers)

### Durée

Une journée en intra entreprise

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi. Optionnel mais recommandé : un abonnement à ChatGPT PLUS par stagiaire + un compte Google personnel



### Intervenant

**Frédéric Faivre**  
**Consultant en Marketing, formateur et conférencier, 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

### Public visé

### Méthode

- Intégrer les enjeux et les limites de l'IA dans le développement commercial
  - Comprendre comment automatiser des tâches à l'aide d'assistants IA (GPT's)
  - Optimiser ses actions newbiz avec l'IA
  - Créer des contenus marketing multimodaux
  - À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'intégrer l'IA dans son quotidien newbiz
  - 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
- 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

# NEWBIZ & IA

## GPTiser SON DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

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 en amont de la formation, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau IA, l'adoption au quotidien des outils IA et la pratique du développement commercial de son agence.

### Module 1 – Panorama IA et relation commerciale

- 1.1 De l'UBERisation à la GPTisation de la société et des métiers
- 1.2 Panorama des solutions existantes
- 1.3 Comment l'IA révolutionne la relation client ?

### Module 2 – Une journée de newbiz avec l'assistance IA

- 2.1 Répertorier et créer ses routines d'IA
  - 2.2 Définir les cas d'usage pour amplifier son newbiz grâce à l'IA
  - 2.3 Créer les GPT's pour automatiser ses tâches récurrentes
- Atelier de mise en pratique :** Dream List & prospection augmentée par l'IA, GPT coach, définir son client idéal (ICP) ....

### Module 3 – Générer des scénarios de jeu de rôle de prospection ou de vente avec l'IA

- 3.1 Personnaliser son Ice breaker
  - 3.2 Peaufiner son pitch et ses arguments
  - 3.3 Anticiper les objections
- Atelier de mise en pratique :** se faire coacher à l'oral avec l'IA

### Module 4 – Crée une Team IA Newbiz pour des contenus percutants

- 4.1 Optimiser sa stratégie de contenus marketing
  - 4.2 Produire des contenus marketing en toute autonomie avec l'IA
  - 4.3 S'initier aux outils de création de contenus multimodaux
- Atelier de mise en pratique :** Développer des contenus pour son agence

### Conclusion

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

#### Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8 pers)

#### Tarifs

À partir de 3200 € H.T. / jour  
250 € H.T par pers sup.  
Un devis sera établi sur demande

#### Durée

Une journée en intra entreprise + une session de préparation de 2h en amont

#### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

#### Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi.  
Optionnel mais recommandé : un abonnement à ChatGPT PLUS par stagiaire + un compte Google personnel



#### Intervenant

**Frédéric Faivre**  
**Consultant en Marketing, formateur et conférencier, 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

#### Public visé

#### Méthode

- Intégrer les enjeux et les limites de l'IA dans le développement commercial
  - Comprendre comment automatiser des tâches à l'aide d'assistants IA (GPT's)
  - Optimiser ses actions newbiz avec l'IA
  - Créer des contenus marketing multimodaux
  - À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'intégrer l'IA dans son quotidien newbiz
  - 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
- 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

# PITCHER LA VALEUR DE SON AGENCE.

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation dure une journée. 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 de la journée de formation et test de personnalités des stagiaires.

### Présentation de la structure de la journée et des activités

## Module 1 – Construire un pitch adaptatif

1.1 Identifier, catégoriser et prioriser les forces : Aider chaque stagiaire à mettre en évidence ce qui rend leur agence unique.

1.2 Travailler la narration : Développer les compétences en storytelling pour rendre le pitch plus engageant.

1.3 Contexte du marché : Analyser les facteurs externes influençant le pitch pour une approche plus adaptée.

## Module 2 – votre pitch

2.1 Travail individuel : Encourager la pratique personnelle pour améliorer la qualité du pitch.

2.2 Base de connaissance mutuelle : Établir une culture de partage et d'échange au sein des équipes pour enrichir le contenu du pitch.

2.3 Atelier d'écriture : Travail en groupe pour identifier et synthétiser les éléments différenciants de chaque agence.

## Module 3 – Mise en situation – entraînement au pitch

3.1.aisance présentielle et analyse comportementale

3.2 Atelier simulation de pitch chronométrés. Répétition en groupe.

## 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

Eric Mabilon

Conseil en new business,  
formateur de l'Académie du  
Newbiz

Plus de 17 ans d'expérience en tant que Sales Manager et Directeur Commercial et des Partenariats en fintech et grands groupes.

Maitrise des techniques de ventes Centric Selling.

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- Maîtriser la présentation de son agence dans un temps limité
- Savoir mettre en avant ses forces
- Etre à l'aise dans sa diction et sa gestuelle
- Faire vivre son pitch et le mettre régulièrement à jour

- 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

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

# APPRENDRE À CHASSER PONCTUELLEMENT

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 de la journée de formation et quiz oral sur la nécessité de la chasse ponctuelle.

**Rappel des 5 piliers (5P®) d'un new business performant et l'importance de la prospection.**

## Module 1 – Intégrer la chasse dans son métier

- 1.1. Accepter la responsabilité de la chasse
- 1.2 Organiser son temps
- 1.3 Avoir les bonnes ressources au bon moment

## Module 2 – Chasser efficacement

- 2.1 Cibler des comptes clés en tenant compte du contexte
- 2.2 Réaliser des actions de prospection sur des cycles courts
- 2.3 Se préparer mentalement et préserver son énergie

## Module 3 – Mise en situation – entraînement au pitch

- 3.1.aisance présente et analyse comportementale
- 3.2 Atelier simulation de pitch chronométrés. Répétition en groupe.

## 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

**Eric Mabilon**

**Conseil en new business,  
formateur de l'Académie du  
Newbiz**

Plus de 17 ans d'expérience en tant que Sales Manager et Directeur Commercial et des Partenariats en fintech et grands groupes.

Maitrise des techniques de ventes Centric Selling.

Objectifs	Public visé	Méthode
• Savoir générer des leads sans avoir de fonctions commerciales dans l'agence.	• 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 ...	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
• Savoir ponctuellement pitcher la valeur de son agence	• Aucun prérequis nécessaire	Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis
• Etre à l'aise dans sa diction et sa gestuelle		
• Faire vivre son pitch et le mettre régulièrement à jour		

# MEDIA TRAINING : PERFORMER FACE CAMÉRA

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)

A l'heure du tout communication où une phrase d'une interview peut être reprise en boucle sur les réseaux sociaux, maîtriser sa parole dans les médias est essentielle. Cette formation vise à savoir formuler clairement son message lors d'une interview et travailler l'aisance tout en structurant les éléments de langage.

## Introduction

Positionnement pédagogique : quiz individuel d'évaluation pour connaître le niveau initial des stagiaires face aux médias et la prise de parole. Présentation des stagiaires, recueil des attentes.

## Module 1 : Connaître le monde des médias

- 1.1 Explorer les différents médias et leurs positionnements.
- 1.2 Identifier les canaux adaptés pour diffuser son message.
- Atelier : Analyser les attentes des journalistes et des publics.

## Module 2 : Définir son message clé

- 2.1 Clarifier l'objectif d'une interview.
- 2.2 Sélectionner les messages à faire retenir.
- Atelier : S'exercer à répondre face caméra (1 min 30). Correction et travail autour du message principal

## Module 3 : Réussir une interview longue

- 3.1 Développer une vision globale de son secteur et de son entreprise. Ai-je une vue globale de mon entreprise, du secteur d'activité mais aussi un regard sur la concurrence et sur l'actualité
- 3.2 Adopter une posture d'expert.
- Atelier : S'entraîner à une interview de 12 min en condition réelle. Correction et travail sur les réponses, le langage corporel et l'image véhiculée

## Module 4 : Travailler ses éléments de langage

- 4.1 Formuler efficacement ses messages.
- 4.2 Amener l'interview vers mon objectif.
- 4.3 Comment ne pas répondre aux questions pour mieux délivrer mon message ?
- Atelier : Quelle posture adopter ? Échange collectif.

## Module 5 : Réussir une interview courte

- 5.1. Faire passer le message dès le début de l'interview
- 5.2 Marteler son message pour marquer les esprits.
- 5.3 Sortir gagnant de cette prise de parole
- Atelier : S'entraîner à une interview courte en condition réelle. Correction et travail sur les réponses, le langage corporel et l'image véhiculée

## 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

Une journée ou 2 demi-journées en intra entreprise

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. IPAD ou mini-caméra avec support de visionnage



### Intervenant

Thierry DAGIRAL.

Journaliste depuis 30 ans.

### Objectifs

- Anticiper les attentes des médias et leurs codes
- Formuler clairement un message et structurer ses éléments de langage
- Développer son aisance et sa posture face aux journalistes
- Conduire une interview sans subir les questions
- Valoriser son image personnelle et celle de son organisation
- A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'anticiper les questions et d'être le plus performant possible lors de l'interview

### Public visé

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable de la communication, marketing, innovation, RSE...
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne amenée à prendre la parole devant les médias
- Aucun prérequis nécessaire

### Méthode

La formation priviliege 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, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

Il a été rédacteur en chef et présentateur à EUROPE1, rédacteur en chef de plusieurs émissions sur CANAL+, M6 et France TV.

Il forme des dirigeants et porte-parole à la prise de parole médiatique depuis plusieurs années.



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

# PITCH & COMPÉTITION

Maîtriser l'Art de la compét'  
Répondre à un appel d'offres public  
Structurer ses recos pour convaincre  
Pitcher son budget en compétition  
Maîtriser l'art du pitch en soutenance

# 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

## Public visé

## Méthode

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Mieux appréhender les compétitions : temps, équipes et investissement</li><li>• Montée en compétences stratégiques et opérationnelles</li><li>• Augmenter sa valeur ajoutée pendant les compétitions</li><li>• À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'optimiser ses chances de succès en compétition</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul> | <p>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</p> |
|--|--|--|

# RÉPONDRE À UN APPEL D'OFFRES PUBLIC

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 pour connaître le niveau de familiarité des participants avec les appels d'offres publics, leur expérience passée, et leurs principales zones d'incertitude.

## Préambule

- Pourquoi la communication n'est pas un achat comme les autres
- La vision des agences par les annonceurs publics
- La vision des annonceurs publics par les agences
- Chiffres clés des marchés publics
- Le Code de la commande publique

## Module 1 – Comprendre les AO publics et leurs codes

- 1.1 Identifier les idées reçues et les freins des agences
- 1.2 Où trouver les AO publics ? Tour d'horizon des plateformes
- 1.3 Connaître les formes de marchés et les procédures
- 1.4 Les documents clés du DCE (Dossier de Consultation des Entreprises)
- 1.5 Atelier : Identifier le potentiel d'un AO public.

## Module 2 – Créer une bibliothèque de contenus

- 2.1 Préparer un template adaptable
- 2.2. Références
- 2.3. CVthèque, organigramme, matériel
- 2.4 Méthodologie
- 2.5. Grille d'honoraires
- 2.5 : Atelier : Etudier un avis d'AO pour en identifier les pièces constitutives

## Module 3 – Répondre à un appel d'offres public

- 3.1 Constituer le dossier administratif
- 3.2 Répondre au mémoire technique : méthodologie et recommandations
- 3.3 Remplir le bordereau des prix
- 3.4 Eviter les erreurs les plus classiques
- 3.5 Atelier : Présenter une offre répondant au règlement de la consultation

## Module 4 – Préparer la soutenance et la négociation

- 4.1 Préparer la soutenance orale
- 4.2 Décoder les mécanismes psychologiques de la négociation
- 4.3 Activer les leviers de la vente
- 4.4 Le devoir de transparence
- 4.5 Atelier : Jeu de rôles : dans la peau d'un acheteur public

## 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

Dimitri Dores

Président de LINPID  
Expert en communication et en marchés publics

Plus de 15 ans d'expérience dans les appels d'offres publics dans le secteur de la communication.

Créateur de Linpid, cabinet expert des marchés publics, il accompagne les acheteurs publics et les agences à chaque étape : de la rédaction du DCE au suivi des productions. Sa mission : aider les agences et les acheteurs publics à améliorer la performance des campagnes, dans une logique de collaboration, de transparence et d'exigence.

Objectifs	Public visé	Méthode
• Identifier les appels d'offres publics pertinents et comprendre les règles de la commande publique.	• Dirigeant, • Cadre, • Directeur du développement, du Newbiz	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
• Rédiger une réponse complète, conforme et différenciante.	• Manager, • Commercial, • DAF	
• Préparer une soutenance orale claire et convaincante	• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)	
• Préparer une bibliothèque de contenus pour répondre plus efficacement	amenée à répondre à des Appel d'offres publics en agence ...	
• A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de répondre à un appel d'offres public dans le respect des attentes formelles et techniques.	• Aucun prérequis nécessaire	Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

# STRUCTURER VOS PRÉSENTATIONS POUR CONVAINCRE

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour mesurer l'efficacité actuelle de vos présentations stratégiques et adapter la formation à vos besoins spécifiques.

## Module 1 – Comprendre les enjeux de votre présentation

- 1.1. Identifier les attentes de votre audience.
- 1.2. Cartographier vos atouts et anticiper les objections.
- 1.3. Préciser le message clé et les objectifs de la présentation.

Atelier : Créer un plan stratégique

## Module 2 – Concevoir un argumentaire logique et convaincant

- 2.1. Définir une structure narrative efficace

- techniques de persuasion adaptées
- progression logique dans l'argumentaire.

Atelier : Réaliser un mind-mapping du discours

### Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

### Durée

A partir de 1 jour (9h30- 17h) en intra entreprise

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

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

## Module 3 – Maquetter une présentation visuelle et ergonomique

- 3.1. Définir les principes de la continuité visuelle et de la schématisation progressive.

- 3.2. Élaborer un storyboard slide par slide.

Atelier : Créer une maquette opérationnelle

## Module 4 – Tester et ajuster la présentation

- 4.1. Tester l'enchaînement du discours et l'impact des visuels.
- 4.2. Identifier les points de friction ou de confusion dans le discours.
- 4.3. Intégrer les retours pour finaliser le contenu.

Atelier : Jeu de rôle de présentation d'une maquette et feedback collectif

## Conclusion

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

### Objectifs

- Analyser les enjeux et contextes de votre présentation.
- Structurer un discours stratégique pour capter l'adhésion de vos audiences.
- Maquetter des slides visuelles et ergonomiques pour renforcer votre discours.
- Maîtriser les techniques de conviction adaptées à vos cibles.
- À l'issue de la formation, les participants seront capables de créer une présentation optimisée pour convaincre, intégrant discours et supports adaptés.

### Public visé

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)
- amenée concevoir et présenter des recommandations stratégiques
- 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 mindmaps et maquettes progressives, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation. Remise d'un support pédagogique en fin de session

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis



PREZMAN  
METHOD  
PRÉSENTATION  
STRATÉGIQUE

✓ CERTIFIED

### Intervenant

#### Gaspard Cuillé

Gaspard est spécialiste de la communication orale. Comédien de formation, il enseigne la prise de parole en public en parallèle de son activité artistique. Après dix ans d'expérience en communication et en marketing digital, il accompagne aujourd'hui dirigeants et équipes dans leurs enjeux de discours et de posture.

En 2025, il rejoint Prezman pour déployer les programmes de formation et transmettre la Méthode Prezman auprès des clients.

# MAÎTRISER L'ART DU PITCH EN SOUTENANCE

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation dure une journée. 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)

*Avocat plaidant depuis 27 ans, mon métier m'expose, m'oblige, m'engage. J'ai surmonté ma timidité et mon hypersensibilité pour dompter l'angoisse de la prise de parole. Après avoir étudié et pratiqué, j'ai transformé le stress paralysant en une énergie positive. Aujourd'hui, je partage une méthode simple autour de la prise de parole en public pour aider d'autres à renouer avec le plaisir d'une communication authentique, sereine et efficace."*

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes de la journée de formation et évaluation sur leur niveau de préparation et de confiance en matière de présentation en compétition.

## Module 1 – Préparer une intervention orale

- 1.1. Identifier les objectifs principaux de l'intervention orale.
- 1.2. Structurer et hiérarchiser les messages clés de la reco.
- 1.3. Utiliser les supports visuels efficaces sans surcharger la présentation.
- 1.4. Organiser son argumentation pour convaincre et anticiper les questions.

## Module 2 – S'adapter à l'auditoire, en compétition

- 2.1. Analyser le profil de l'annonceur et adapter son vocabulaire et son discours.
- 2.2. S'exprimer face à un groupe.
- 2.3. Gérer son temps de parole et équilibrer l'intervention des membres de l'équipe.

## Module 3 – Gérer physiquement sa prise de parole en public

- 3.1 Travailleur sa posture (communication verbale et non verbale) et son écoute active.
- 3.2. Gérer ses émotions et dépasser ses limites par la préparation mentale.
- 3.3. Faire de son stress une force.

## Conclusion

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

Objectifs	Public visé	Méthode
• Gagner en assurance et en assertivité	• Dirigeant,	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
• Maîtriser l'art de la prise de parole	• Responsable du développement,	
• Savoir s'adapter aux différents contextes et publics	• Manager,	
• Gérer physiquement sa prise de parole en public	• Commercial,	
• Se préparer mentalement pour gérer ses émotions et dépasser ses limites	• Créatif	
• À l'issue de la formation, le stagiaire sera prêt à pitcher sa reco d'agence devant un public jury	• Planneur stratégique	
	• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)	
	amenée à prendre la parole devant un auditoire et participer à des compétitions d'agence...	Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis
	• Aucun prérequis nécessaire	

<b>Participants</b> Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b> 2 jours 4 demi-journées
<b>Lieu</b> Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b> Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



**Intervenant**  
**Rodolphe Loctin**

**Avocat plaidant depuis 27 ans, fondateur de Elo, cabinet de préparation mentale en vue d'une prise de parole en public efficace et impactante.**

**Rodolphe intervient régulièrement en entreprise (Meta, Orange ...) pour former les équipes sur leurs enjeux de pitch.**



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

# PERFORMANCE COMMERCIALE

Optimiser ses performances commerciales

Maîtriser les techniques de vente

Bâtir, maintenir et défendre la valeur des projets

# OPTIMISER VOS PERFORMANCES COMMERCIALES

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation dure une journée. 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 de la journée de formation et quiz d'évaluation des réflexes de vente

### Présentation de la structure de la journée et des activités

**Rappel du processus commercial et son importance dans la vie d'une entreprise (du lead à l'encaissement).**

## Module 1 – Techniques d'ouvertures

1.1 Identifier, catégoriser et prioriser les enjeux: L'écoute active et le "pay it forward" vers le client

1.2 Adapter la narration : Le storytelling au bon moment.

1.3 Atelier évaluation des acquis : Aptitudes individuelles aux questionnements clients.

## Module 2 – Animer le dialogue avec le prospect

2.1 Mettre en confiance; contrôler son stress

2.2 Jouer avec sa voix et sa gestuelle pour rythmer l'échange et ancrer la concentration du prospect.

2.3 Atelier pratique ; respiration, portée de voix, soft skills

## Module 3 – Mise en situation – entraînement à la vente

3.1.aisance présentielle et analyse comportementale

3.2 Atelier simulation de pitch chronométrés. Répétition en groupe.

## 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 ou 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.



## Intervenant

**Eric Mabilon**

**Conseil en new business,  
formateur de l'Académie du  
Newbiz**

Plus de 17 ans d'expérience en tant que Sales Manager et Directeur Commercial et des Partenariats en fintech et grands groupes.

Maitrise des techniques de ventes Centric Selling.

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Maîtriser les process de ventes</li><li>• Savoir identifier les besoins de son prospects et ou de son client</li><li>• visualiser les réussites, Etre légitime pour le client</li><li>• A l'issue de la formation, le stagiaire saura mettre en place les clés du succès d'une vente.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Responsable du développement,</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul> | <p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p> |
|---|--|---|

# MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE VENTE

VENDRE MIEUX, PLUS RAPIDEMENT, PLUS CERTAINEMENT

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 :

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

## Introduction

Présentation de l'objectif, du déroulé, des stagiaires, de l'animateur, recueil des attentes, réveil neuronal et quiz d'évaluation des pratiques de vente de l'équipe conseil.

## Module 1 – La vente n'est pas le fruit du hasard

- 1.1. Qu'est ce qui fait l'efficacité d'un commercial ?
- 1.2. Évaluer un entretien de vente
- 1.3. Les 3 facteurs clés d'un bon entretien de vente

## Module 2 – Préparer des entretiens de vente

- 2.1. Se préparer est essentiel pour réussir
  - techniques de préparation en 4 étapes
  - Focus sur les objectifs d'interactions clients.

Atelier : préparation du prochain entretien client par chaque commercial

## Module 3 – Prendre le leadership de l'entretien de vente

- 3.1. Comment motiver vos clients à vous écouter ?
  - 3.2. Structuration d'une bonne introduction d'entretien et clés d'une bonne communication
- Atelier : jeu de rôle : "Speed dating" d'introduction de rendez-vous

## Module 4 – Traiter les résistances clients

- 4.1. Arrêter d'argumenter, comprenez le non client
  - 4.2. Technique pour lever les résistances.
- Atelier : Jeu de rôle sur les principales résistances rencontrées

## Module 5 – Comment prendre un brief opérationnel client ?

- 5.1. Arrêter de penser à la place du client
  - 5.2. L'art du questionnement
- Atelier : Jeu de rôle sur un cas client (co-écrit en préparation d'animation)

## Module 6 – Comment présenter son offre ?

- 6.1. Les clients n'achètent que ce dont ils ont besoin
  - 6.2. Méthodologie de présentation d'offre en 4 étapes
- Atelier : Jeu de rôle sur la présentation d'offres (devis, créa, prod)

## Module 7 – Savoir conclure un entretien et lever les dernières résistances

- 7.1. Faire s'engager les clients plus rapidement et gagner du temps
  - 7.2. Répondre aux dernières résistances et négociation de prix
- Atelier : Jeu de rôle sur les dernières résistances

## Conclusion

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

<b>Participants</b>
Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>
2 jours
<b>Lieu</b>
Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b>
Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



**Intervenant**  
**Christophe LUCAS**  
Plus de 36 ans d'expérience en tant que formateur / coach en performance commerciale après avoir été directeur général d'agences de communication. (Wunderman, Megalo, Meura, K publishing, K agency.)

Passionné par la vente Christophe propose des formations vivantes avec des mises en situation permettant de rendre opérationnel et productif ses conseils et techniques pour agir rapidement sur la performance commerciale.

Objectifs	les techniques de vente et de négociation pour vendre mieux, plus vite et plus efficacement	Méthode
<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier les facteurs clés d'un entretien de vente réussi et structurer sa préparation</li><li>• Questionner efficacement le client pour obtenir un brief précis</li><li>• Argumenter en valorisant l'offre en fonction des besoins du client</li><li>• A l'issue de la formation, le stagiaire aura acquis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Direction conseil</li><li>• Direction de clientèle</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) qui occupe un poste commercial</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul>	<p>Chaque technique est illustrée par des exemples et des mises en situation des participants sur la base de leur réalité commerciale.</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

# BATIR, MAINTENIR ET DEFENDRE LA VALEUR DES CAMPAGNES/PROJETS EN AGENCE

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau des stagiaires quant aux bases de la finance en agence et à la notion de valeur.

## Module 1 : Bâtir une proposition de valeur solide

### 1.1 Comprendre la valeur en agence

- Introduction au modèle économique des agences (chiffre d'affaires, marges, coûts directs et indirects).
- Identification des éléments qui définissent la valeur et leur importance pour le client.

### 1.2 Construire une proposition claire et convaincante

- Élaborer un budget lisible et compréhensible pour les clients.
- Identifier et structurer les lignes budgétaires clés (exemples concrets basés sur les meilleures pratiques).
- Techniques de rédaction et de présentation des propositions budgétaires.
- Études de cas et simulations de constructions budgétaires.

## Module 2 : Défendre et négocier les propositions

### 2.1 Préparer la négociation

- Fixer des limites et des objectifs clairs pour la négociation.
- Utilisation d'indicateurs financiers pour guider les décisions.

### 2.2 Techniques plus avancées de négociation

- Élaboration d'éléments de langage pour expliquer et justifier les choix budgétaires.
- Études de cas et simulations de négociations client/agence.

## Module 3 : Maintenir la valeur après la vente

### 3.1 Gestion proactive des projets vendus

- Identifier et anticiper les risques de glissements (ex. : périmètre, délais).
- Méthodes pour quantifier financièrement les écarts identifiés et piloter la marge nette.

### 3.2 Communication client et ajustements

- Savoir quand et comment alerter l'interne et le client.
- Techniques pour négocier des révisions du périmètre ou des équipes projets.
- Intégration des retours clients pour optimiser la relation et la valeur perçue.
- Études de cas et simulations de révisions financières et/ou de scope.

## Conclusion

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

<b>Participants</b>	Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>	2 jours + 1/2 journée de préparation
<b>Lieu</b>	Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b>	Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



**Intervenante :**  
**Sophie Noël, fondatrice de NEXT et ex dirigeante de l'agence heaven.**

Plus de 25 ans d'expérience en tant que Directrice Générale. Création de l'agence heaven : d'une petite équipe de 4 personnes à une agence de 80 personnes. Mise en place de process efficaces de création de valeur et de protection de celle-ci dans le respect des équipes et du dialogue avec les clients.

Objectifs	Public visé	Méthode	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre les fondements économiques de la valeur en agence.</li><li>• Développer des compétences pour construire des propositions budgétaires solides.</li><li>• Maîtriser les techniques de négociation et les stratégies de défense budgétaire.</li><li>• Préserver et renforcer la valeur tout au long des projets</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Responsable du développement,</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)</li><li>amenée à devoir défendre la valeur..</li><li>• Prérequis : être responsable sur la partie financière de son projet/campagne.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alternance d'apports théoriques et de mises en pratique.</li><li>• Études de cas inspirées de contextes réels en agence.</li><li>• Simulations de négociation et jeux de rôle.</li></ul>	<p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>



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

# MANAGEMENT

Maîtriser les fondamentaux du management

Manager : Passer du “je” au “nous”

Fidéliser et engager durablement les jeunes recrues en agence

Manager la performance commerciale de votre équipe

# MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT

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 pour établir un état des lieux personnalisé des pratiques de management actuelles dans votre agence. Ce quiz permettra d'identifier les points forts, les défis rencontrés et les besoins de développement, afin d'adapter au mieux les apprentissages de la formation à votre réalité managériale.

## Module 1 : Comprendre son rôle de manager et les enjeux qu'il recoupe

- 1.1 Expérimenter le rôle de manager
- 1.2 Quel rôle dans l'organisation ?
- 1.3 Qu'est-ce que le monde actuel change ?

## Module 2 : Organiser et piloter l'activité

- 2.1 Fixer des objectifs SMART
- 2.2 Établir, co-construire et faire respecter des règles de fonctionnement
- 2.3 Mettre en place des rituels de suivi de l'activité

## Module 3 : Développer les potentiels individuels

- 3.1 Déléguer une activité,
- 3.2 Donner de l'autonomie pour favoriser la montée en compétence
- 3.3 Motiver les membres de son équipe pour les fidéliser
- 3.4 Construire son plan d'action de développement

## Module 4 : Mener des conversations efficaces

- 4.1 Prendre conscience de ses biais et préjugés
- 4.2 Écouter activement
- 4.3 Maîtriser l'art du feedback
- 4.4 Gérer une situation conflictuelle

## Module 5 : Animer et faire vivre le collectif

- 5.1 Mettre en place des rituels collectifs pour mieux collaborer
- 5.2 Mettre en place des rituels collectifs pour mieux communiquer
- 5.3 Mettre en place des rituels collectifs pour apprendre ensemble
- 5.4 Mettre en place des rituels conviviaux
- 5.5 Construire son calendrier de rituels

## Module 6 : S'organiser dans son quotidien

- 6.1 Maîtriser des outils de gestion du temps (matrice d'Eisenhower, time boxing etc)
- 6.2 S'octroyer des temps pour prendre de la hauteur
- 6.3 Construire son plan d'organisation au quotidien
- 6.4 S'aider de ses pairs pour résoudre un problème : expérimenter le co-développement

## 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

## Tarifs

à partir de 5 000€ H.T/ 2 jours  
(250€ HT par personne supplémentaire)  
Proposition sur-mesure

## Durée

2 jours (9h30- 18h) en intra entreprise

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

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



## Intervenante

Aglaé Colin, coach professionnelle, facilitatrice et consultante en transformation des organisations

Plus de 10 ans d'expérience en tant que consultante en transformation des organisations sur les enjeux culturels et managériaux. En tant que coach, facilitatrice et consultante.

Accompagnement en particulier des managers à s'emparer de leurs enjeux dans des environnements complexes et mouvants

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre son rôle de manager et les enjeux qu'il recoupe</li> <li>• Organiser et piloter l'activité</li> <li>• Développer les potentiels individuels</li> <li>• Mener des conversations efficaces</li> <li>• Animer et faire vivre le collectif</li> <li>• S'organiser dans son quotidien</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manager de proximité,</li> <li>• Manager intermédiaire</li> </ul> <p>Aucun prérequis nécessaire</p> | <p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p> |
|---|--|---|

# MANAGER PASSER DU "JE" AU "NOUS"

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 et recueil des attentes pour établir un état des lieux personnalisé des pratiques de management actuelles dans votre agence.

## Module 1 : Définir son cap : du créatif solo au leader d'équipe

- 1.1 Explorer son rapport au pouvoir, à l'autorité, à la responsabilité
- 1.2 Identifier son style managérial personnel et ses forces
- 1.3 Manager librement : tenir un cadre tout en restant aligné avec sa créativité
- 1.4 Passer du « je » au « nous »

## Module 2 : Bâtir la confiance dans un univers d'affects

- 2.1 Identifier les dynamiques émotionnelles dans les équipes
- 2.2 Installer la confiance comme pilier : donner/recevoir du feedback, poser des limites, gérer les tensions
- 2.3 Décoder les relations pour naviguer sereinement
- 2.4 Transformer l'affect subi en relation consciente

## Module 3 : Devenir expert-leader et incarner le « Nous »

- 3.1 Cultiver son leadership, sa présence et son impact
- 3.2 Evoluer du management de tâches à l'animation d'un collectif créatif
- 3.3 Responsabiliser, transmettre et rendre autonome
- 3.4 Partager ses expériences, capitaliser, célébrer les réussites

## Conclusion

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

## Atelier individuel

Retour d'expérience de chaque membre du groupe  
Session de Co-dev sur un cas réel

Séance individuelle permettant de cibler un besoin spécifique et d'ancrer l'apprentissage de manière personnalisée

### Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

### Tarifs

Sur devis  
Proposition sur-mesure

### Durée

A partir de 2 jours (9h30-17h30) en intra entreprise

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

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



### Intervenante

**Oriane Rainaud, experte en management et dynamiques relationnelles**

Plus de 10 ans d'expérience dans l'accompagnement des organisations et des managers confrontés à des environnements complexes, à la transformation culturelle et aux nouveaux enjeux de leadership. Elle intervient sur la montée en compétences managériales, la communication interpersonnelle et l'intelligence émotionnelle, avec une approche concrète centrée sur la posture, l'impact et la dynamique collective.

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Passer du rôle d'expert à celui de manager .</li> <li>• Transformer l'affect en lien constructif</li> <li>• Développer les potentiels individuels</li> <li>• Fluidifier sa communication</li> <li>• Animer et faire vivre le collectif</li> <li>• Dépasser le management opérationnel pour inspirer et embarquer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cette formation s'adresse aux managers récents, directeurs de création récents, managers intermédiaires ou talents promus, qui doivent apprendre à tenir un collectif sans renier leur identité.</li> </ul> <p>Aucun prérequis nécessaire</p>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

# FIDÉLISER ET ENGAGER DURABLEMENT LES JEUNES RECRUES EN AGENCE

## Leviers managériaux pour sécuriser l'engagement, la performance et la rentabilité des équipes

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

Cette formation vise à donner aux managers et responsables d'équipe une compréhension fine des attentes des nouvelles générations, ainsi que des pratiques managériales favorisant leur motivation durable.

### Introduction

Recueil des attentes de la journée de formation et quiz d'évaluation sur les leviers essentiels permettant d'améliorer la fidélisation, l'engagement et la performance des jeunes recrues au sein des agences.

### Module 1 – Aligner les pratiques managériales avec la marque employeur

- 1.1 Analyser et formuler la singularité et les engagements de la marque employeur
- 1.2 Traduire la marque employeur dans les pratiques managériales quotidiennes
- 1.3 Aligner fiches de poste, missions confiées et réalité du terrain
- 1.4 Adopter une posture managériale et une communication cohérentes et engageantes

### Module 2 – Favoriser la rétention et prévenir l'attrition

- 2.1 Décoder les attentes spécifiques de la Génération Z
- 2.2 Identifier les leviers de motivation et de fidélisation
- 2.3 Déetecter les signaux faibles d'attrition
- 2.4 Do's & don'ts managériaux face aux nouvelles générations

### Module 3 – Donner du sens, créer de la valeur et projection

- 3.1 Appréhender les enjeux économiques et stratégiques du recrutement et de la fidélisation
- 3.2 Analyser et réduire les écarts entre les attentes de l'entreprise, du manager et du collaborateur
- 3.3 Positionner le collaborateur dans la chaîne de valeur
- 3.4 Définir des objectifs, indicateurs de performance et KPI adaptés
- 3.5 Structurer l'accompagnement et la projection à 6 à 12 mois

### Module 4 – Réussir l'intégration, instaurer une relation durable

- 4.1 Poser les fondamentaux d'une relation manager / collaborateur de qualité
- 4.2 Mettre en œuvre le cycle vertueux de l'intégration : la règle des « 3A » (Attentes, Ambitions, Accès)
- 4.3 Adopter un management constructif : posture de mentor et accompagnement des parcours
- 4.4 Instaurer une dynamique d'amélioration continue : le « contrat de confiance »

### Conclusion

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

#### Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8)

#### Tarifs

À partir de 2 600 € H.T. / 1 jour.  
250 €HT par pers supplémentaire  
Un devis sera établi sur demande

#### Durée

Une journée en intra entreprise

#### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

#### Moyens mobilisés

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



#### Intervenante

**France-Anne Chenu-Tournier**  
**Consultante-formatrice**  
**spécialisée dans**  
**l'accompagnement de jeunes**  
**professionnels en début de**  
**carrière.**

25 ans d'expérience,  
notamment au sein du groupe Allianz aux fonctions commerciales, marketing et opérationnelles.

Vision globale des enjeux de l'entreprise, avec une sensibilité forte aux enjeux de recrutement et d'accompagnement de carrière. Bilingue français-anglais, elle accompagne aujourd'hui étudiants et jeunes actifs dans le développement des compétences clés attendues en milieu professionnel.

#### Objectifs

#### Public visé

#### Méthode

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les attentes fines des jeunes générations de collaborateurs (Gen Z) et les nouvelles pratiques managériales favorisant leur motivation durable</li> <li>• Outiller les managers pour identifier et réduire l'attrition précoce</li> <li>• Aligner pratiques managériales et engagements de la marque employeur</li> <li>• Créer une dynamique d'amélioration continue pour une expérience collaborateur plus performante et durable</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cette formation s'adresse aux managers de proximité en agences, responsables d'équipe, responsables d'agence, managers de jeunes talents.</li> <li>• Toute personne en agence de communication et média amenée à manager une équipe de jeunes actifs.</li> </ul> | <p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p> |
|  |   | Aucun prérequis nécessaire  |

# MANAGER LA PERFORMANCE COMMERCIALE DE VOTRE EQUIPE

La formation est organisée en sur-mesure et nécessite de prévoir à minima 1 à 2 jours d'ingénierie en amont de l'animation. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :

christophe@lacademie-du-newbiz.com

## Introduction

Présentation de l'objectif, du déroulé, des stagiaires, de l'animateur, recueil des attentes, réveil neuronal et quiz d'évaluation des pratiques managériales de l'équipe conseil.

## Module 1 – Piloter le résultat n'est pas manager !

1.1 Manager commercial : posture et process.

1.2 Les facteurs d'influence de la performance commerciale

Atelier : Définition des KPI's de management de l'activité commerciale

## Module 2 – Manager les causes racines de la performance

2.1 Rituels de management du résultat

2.2 Adresser les compétences

2.3 Coacher les compétences

Atelier : Plan de suivi des compétences collaborateurs

## Module 3 – Comment manager la performance de mon équipe ?

3.1 Définir des rituels de management des compétences

3.2 Gestion du temps et des priorités en matière de management d'équipe

3.3 Techniques de coaching et établissement du suivi des compétences

Atelier : Séance de coaching

## Module 4 – Coacher les compétences

4.1 S'approprier des techniques de coaching

Atelier : Mise en application sur des entretiens de vente.

## 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.



### Intervenant

**Christophe LUCAS**

Plus de 36 ans d'expérience en tant que formateur / coach en performance commerciale après avoir été directeur général d'agences de communication. (CRM compagny, Meura, K publishing, K agency.)

Passionné par la vente Christophe propose des formations vivantes avec des mises en situation permettant de rendre opérationnel et productif ses conseils et techniques pour agir rapidement sur la performance commerciale.

### Objectifs

### Public visé

### Méthode

- Identifier et adresser les causes racines de la performance commerciale
  - Manager les compétences
  - Piloter l'activité commerciale
  - Appréhender et mettre en œuvre les techniques de coaching
  - Définir les KPI's du management de la performance commerciale
- Direction conseil
  - Direction de clientèle
  - Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)
  - Amenée à manager une équipe et des objectifs de MB..
  - Aucun prérequis nécessaire

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



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

# RSE

Accompagner ses clients dans la RSE  
Déployer la démarche RSE par la certification  
Anticiper la CSRD  
Nouveaux récits pour un futur inspirant

# ACCOMPAGNER SES CLIENTS DANS LA RSE

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître la situation RSE de votre agence et les attentes de vos clients.

## Module 1 : Contexte de la RSE

- 1.1 Découvrir l'histoire et le contexte de la RSE
- 1.2 Comprendre l'enjeu systémique et les impacts en tant qu'entreprise
- 1.3 La RSE à tous les niveaux de l'entreprise
- 1.4 Découvrir les obligations légales (ISO 26000, CSRD, Global Compact)
- 1.5 Atelier : Positionner une entreprise dans ces référentiels

## Module 2 : Créeer de la valeur par la RSE

- 2.1 Comprendre les avantages et inconvénients associés
- 2.2 Identifier les besoins, la stratégie RSE à mettre en place
- 2.3 Définition des parties prenantes
- 2.4. Découvrir les concepts clés de la RSE (décarbonation, économie circulaire)
- 2.4 Atelier : Analyse des parties prenantes

## Module 3 – Levier d'innovation responsable

- 3.1 Aborder les outils de transformation et d'innovation
- 3.2 Comprendre les outils (Raison d'Etre, Entreprise à mission)
- 3.3 Découvrir la projection de son entreprise en 2030
- 3.4. Atelier / Etude de cas : la prospective à travers la raison d'être
- 3.5. Découvrir les nouveaux types de leadership

## Module 4 : La communication responsable

- 4.1 Faire évoluer la stratégie de Communication (interne et externe)
- 4.2 Comprendre la communication responsable vs. Greenwashing
- 4.3 Découvrir les nouvelles formes de récits
- 4.5 Découvrir les outils pour aller plus loin

## Conclusion

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

<b>Participants</b>	Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>	2, jours
<b>Lieu</b>	Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire



Objectifs	Public visé	Méthode	Intervenante
<ul style="list-style-type: none"><li>• Transmettre les moyens d'accompagner des clients d'agence vers une stratégie RSE</li><li>• Découvrir tous les outils qui constituent une démarche RSE</li><li>• Engager le process de création et de prospective à partir de la RSE</li><li>• A l'issue de la formation le stagiaire saura engager son client dans une démarche RSE</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Responsable du développement,</li><li>• Manager,</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)</li><li>amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>	<p><b>Eléonore Patry</b></p> <p>Plus de 25 ans d'expérience dont 5 en agence, 10 chez l'annonceur, et 10 ans en tant que dirigeante de PME.</p> <p>Consultante en transition écologique des modèles d'affaire, pragmatique et opérante, pour créer de la valeur responsable.</p> <p>Copilote de la Convention des entreprises pour le Climat</p>

# LA DEMARCHE RSE PAR LA CERTIFICATION

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître la situation RSE de votre agence

## Module 1 – Découvrir les labels

- 1.1. Présentation de la RSE
- 1.2. Présentation des labels et certificats pour les agences
- 1.3. Les contours d'une démarche de certification
- 1.4. Atelier évaluation des acquis : Etat des lieux RSE de votre agence
- 1.5. Atelier évaluation des acquis : Analyse de vos parties prenantes et définition du label le plus adapté

## Module 2 – Certification RSE : Environnement

- 2.1. Prise en main et analyse des demandes du dossier de certification
- 2.2. Présentation des externalités négatives sur l'environnement
- 2.3. Atelier évaluation des acquis : audit et diagnostic de votre impact sur l'environnement, trajectoire d'amélioration.

## Module 3 – Certification RSE : Social et Ethique

- 3.1. Prise en main et analyse des demandes du dossier de certification
- 3.2. Présentation des outils requis
- 3.3. Atelier de rédaction de charte, code etc.

## Module 4 – Finalisation dossier de certification

- 4.1. Atelier : éléments disponibles / manquants
- 4.2. Finalisation du questionnaire
- 4.3. Présentation des prochaines étapes

## 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

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.



## Objectifs

- Intégrer le RSE par l'angle le plus adapté à l'agence
- Comprendre et bien appréhender les prérequis
- Engager le process de certification adapté à chaque agence.
- A l'issue de la formation le stagiaire aura engagé une stratégie RSE efficace pour son agence

## Public visé

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- 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

## Intervenante

Eléonore Patry

Plus de 25 ans d'expérience en agence et chez l'annonceur, et 10 ans d'expérience en tant que dirigeante de PME. Consultante en transition écologique des modèles d'affaire, pragmatique et opérante.

# ANTICIPER LA CSRD

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître la situation RSE de votre agence

## Module 1 – Introduction à la CSRD

- 1.1 Découvrir et intégrer les enjeux de l'état du monde
- 1.2 Appréhender la RSE et les obligations légales
- 1.3 Comprendre l'enjeu systémique, interconnecté et son impact en tant qu'entreprise
- 1.4 Découvrir le rapport de durabilité CSRD : obligations légales et ESRS
- 1.5 Atelier : Étude de cas des pionniers dans le reporting de durabilité.

## Module 2 – Collecte et analyse des données

- 2.1 Identifier les données nécessaires
- 2.2 La double matérialité : financière et d'impact
- 2.3 Identifier les enjeux pour les équipes Marketing
- 2.4 Réaliser un focus sur un ESRS (S4 ou autre)
- 2.5 Plan de transformation : Objectifs et indicateur de performance

## Module 3 – Positionner ses parties prenantes

- 3.1 Comprendre l'analyse des parties prenantes internes et externes
- 3.2 Déterminer leur importance et besoins
- 3.3 Connaitre la communication auprès des parties prenantes
- 3.4 Atelier : réaliser une cartographie de ses parties prenantes

## Module 4 – Stratégie de Communication

- 4.1 Comprendre le rapport de durabilité
- 4.2 Faire évoluer la stratégie de Communication (interne et externe)
- 4.4 Communication responsable vs. Greenwashing
- 4.5 Découvrir les nouvelles formes de récits
- 4.5 Comprendre les outils pour aller plus loin : Raison d'être, B Corp, Entreprise à mission,

### 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

### Public visé

### Méthode

- Transmettre les moyens d'accompagner les clients d'agence vers une approche responsable
- Découvrir tous les outils qui permettent le marketing responsable
- Engager le process de création d'un nouveau produit service à impact
- A l'issue de la formation le stagiaire saura engager son client dans une démarche d'impact alignée
- Dirigeant,  
• Cadre,  
• Responsable du développement,  
• Manager,  
• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...  
• Aucun prérequis nécessaire
- 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

### Intervenante

Eléonore Patry

Plus de 25 ans d'expérience dont 5 en agence, 10 chez l'annonceur, et 10 ans en tant que dirigeante de PME.

Consultante en transition écologique des modèles d'affaire, pragmatique et opérante, pour créer de la valeur responsable.

Copilote de la Convention des entreprises pour le Climat

# PENSER AUTREMENT : NOUVEAUX RÉCITS POUR UN FUTUR INSPIRANT

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

## Introduction

En panne de futurs inspirants ? Cette formation propose de s'engager dans la promotion de nouveaux récits pour faire émerger des imaginaires collectifs compatibles avec les limites planétaires et la dignité humaine.

## Module 1 – Puissance du récit et des imaginaires

- 1.1 Le super pouvoir des histoires, depuis (au moins) 100 000 ans.
- 1.2 La prospective coincée dans les dystopies.
- 1.3 Limites des récits socioécologiques.

## Module 2 – Comprendre les limites des imaginaires dominants

- 2.1 L'opulence et le technosolutionnisme : une course à l'extinction.
- 2.2 L'opposition Nature/Culture à l'origine de la crise environnementale.
- 2.3 Le régime de séparation et de domination à l'origine de la crise sociale.

## Module 3 – Promouvoir le Planet way of life

- 3.1 Gagner la bataille des imaginaires à travers la sémantique.
- 3.2 Gagner la bataille des imaginaires en renversant les valeurs.
- 3.3 Vivre autrement ? Immersion dans les utopies concrètes du Planet way of life
- 3.4 Faire du business autrement : les nouveaux récits d'entreprises (cas inspirants)

## Module 4 – Changer le regard pour changer les comportements

- 4.1 Cadres de vie et rôles-modèles désirables : proposer de nouvelles représentations (contenus inspirants)
- 4.2 Panorama de quelques outils
- 4.3 Atelier “produire un nouveau récit” : Guider les stagiaires dans une création qui intègre les principes discutés dans la formation.

## Conclusion

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

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- Maîtriser les notions de Récit et Imaginaire. Saisir le rôle des récits dans la formation des modèles de société.
  - Comprendre la place des imaginaires dans la crise environnementale et sociale.
  - Identifier des grands principes des modèles régénératifs et distributifs.
  - Identifier les outils adaptés à son métier ou secteur d'activité
  - Produire un nouveau récit original.
- Aucun prérequis nécessaire. Cette formation s'adresse :
- aux professionnels des contenus, du marketing, de la communication, de la RSE, de la prospective.
  - aux entrepreneur-e-s et à tout·e professionnel-le souhaitant acquérir les fondamentaux de la crise environnementale et sociale. À toute personne désireuse de s'immerger dans un futur souhaitable pour s'emparer du pouvoir des nouveaux récits.
- La formation privilégie l'interactivité avec une alternance de théorie et d'exercices en intelligence collective.
- La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, autour de cas inspirants.
- Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis et l'ouverture de nouvelles perspectives.

## Participants

Formation collective de 6 à 12 personnes

## Tarifs

À partir de 4000 € H.T. / jour  
Cela comprend une 1/2 journée de préparation  
Un devis sera établi sur demande

## Durée

1 jour

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

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



@Mary-Lou Mauricio

## Intervenante

### Yasmina Auburtin

Consultante Nouveaux Récits, conférencière, animatrice de l'atelier de design fiction "Bienvenue en 2040 !". Productrice du [moooc Imagine 2050](#), formation en ligne pour changer nos récits de société.

25 ans d'expérience dans les médias :

- presse écrite
  - sites internet
  - télévision (France 5 et les chaînes de Canal +)
- la publicité :
- stratégies éditoriale
  - brand content
- la mobilisation citoyenne :
- design de campagnes digitales



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

# SANTÉ MENTALE

Booster son efficacité et sa santé mentale

Prévenir la vulnérabilité psychique au travail

Gérer la charge mentale et prévenir l'épuisement

# PERFORMANCE DURABLE : BOOSTER SON EFFICACITÉ ET SA SANTÉ MENTALE PAR UNE MEILLEURE HYGIÈNE DE VIE

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)

Dans un environnement professionnel marqué par des rythmes soutenus, des compétitions récurrentes et des pressions constantes, il est essentiel de savoir gérer son énergie, son stress et ses relations pour préserver sa performance dans le temps. Dans les agences de communication, tout va vite. Briefs express, compétitions rapprochées, deadlines serrées, tension créative permanente... On enchaîne, on s'adapte, on tient bon. Mais à quel prix ?  
Notre performance durable ne repose donc pas que sur notre maîtrise du planning strat ou des outils créa : elle dépend aussi de notre hygiène de vie mentale, émotionnelle et physique. Car un esprit fatigué, un corps sous pression ou des émotions non régulées finissent tôt ou tard par peser sur la qualité de notre travail, notre motivation et notre santé.

## Introduction

Positionnement pédagogique : quiz individuel d'évaluation pour connaître le niveau de connaissance sur le stress, l'alimentation, le sommeil et les émotions ainsi que sur les leviers dont chacun dispose pour aller bien.  
Présentation des stagiaires, recueil des attentes.

## Module 1 – Une fresque pour parler de santé mentale au travail

Atelier de 3h30, d'intelligence collective pour harmoniser le niveau des connaissances sur la santé mentale, libérer la parole, susciter des échanges et explorer les différentes facettes de la santé mentale.

## Module 2 – Prendre conscience de l'impact de l'hygiène de vie sur l'efficacité

2.1: Introduction aux 4 piliers de l'énergie durable :  
Le corps (sommeil, alimentation, activité physique)  
L'esprit (stress, charge mentale)  
Les émotions (relations, environnement)  
Le sens (motivation, valeurs)  
2.2: leurs mécanismes et leurs rôles sur la santé mentale.

## Module 3 – Gestion du stress et efficacité

3.1: Mécanismes biologiques du stress  
3.2: Les outils de gestion du stress (nouveaux rituels : pratiques de respiration, méthode Vittoz...)

## Module 4 – L'importance du sommeil pour performer

4.1: Comprendre le sommeil  
4.2: Les outils pour mieux dormir (nouveaux rituels: acupression, mindfulness)

## Module 5 – Qualité émotionnelle et relationnelle

5.1: Mieux collaborer pour plus de sérénité (communication bienveillante, écoute active, régulation des émotions).  
5.2: Exemples de rituel de santé mentale healthy.

## Conclusion

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

### Objectifs

- Comprendre les mécanismes du stress, du sommeil, de la nutrition, et des émotions
- Prendre conscience de comment mieux réguler son énergie au quotidien pour une meilleure performance.
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable d'identifier des leviers

simples et concrets d'autorégulation, faciles à mettre en œuvre au quotidien

### 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, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

### Public visé

- Dirigeant, Cadre,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication et marketing

- Aucun prérequis nécessaire

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

### Participants

Formation collective 6 à 10 stagiaires

### Tarifs

À partir de 4000 € H.T. / jour  
Un devis sera établi sur demande

### 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.



### Intervenante

Laure Gomez Montoya

Thérapeute et co-fondatrice de Santé Mentale Pour Tous (la fresque pour parler de santé mentale au travail) et fondatrice de Med By Me, application mobile.

Après une première vie professionnelle, dans l'édition et la presse avec la création de deux maisons d'éditions, Laure fonde la startup Med By Me, une application regroupant des séances audios de thérapeutes pour se faire du bien. Dernièrement, elle lance SMPT une entreprise qui propose des outils de sensibilisation à la santé mentale en entreprise.

# SANTÉ MENTALE AU TRAVAIL : GÉRER LA VULNÉRABILITÉ PSYCHIQUE EN MILIEU PROFESSIONNEL

## PRÉVENIR, IDENTIFIER ET ACCOMPAGNER

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)

Repérer, comprendre, accompagner : mieux gérer la vulnérabilité psychique en entreprise. Cette formation sensibilise les participants aux signes de fragilité psychique au travail et leur donne les clés pour adopter une posture juste, humaine et non intrusive face à ces situations.

Dans un contexte où la parole reste encore trop souvent taboue, alors même que la demande d'accompagnement est forte, elle permet de mieux comprendre les différents troubles, de déconstruire les idées reçues et de réagir de manière appropriée, notamment dans les environnements sous tension comme les agences.

### Introduction

Positionnement pédagogique : quiz individuel d'évaluation pour connaître le niveau de connaissance sur les différents troubles psychiques, et les ressources en cas de situations de crise.

Présentation des stagiaires, recueil des attentes.

### Module 1 – Une fresque pour parler de santé mentale au travail

Atelier de 3h30, d'intelligence collective pour harmoniser le niveau des connaissances sur la santé mentale, libérer la parole, susciter des échanges et explorer les différentes facettes de la santé mentale.

### Module 2 – Comprendre la vulnérabilité psychique

2.1. Exploration des différents troubles psychiques et des neuro-développement atypiques.

2.2. Déconstruction des préjugés, et des stéréotypes sur les situations de vulnérabilité. Comment accueillir les vulnérabilités et en faire une force.

### Module 3 – Les solutions en cas de situation de crise

3.1. Premiers secours en santé mentale: en cas de crise que faire?.

3.2 Les CPS, et autres soft skills à développer.

3.3 Intégrer les troubles psy dans la politique handicap.

### Conclusion

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

**Participants**  
Formation collective 6 à 10 stagiaires

**Tarifs**  
À partir de 4000 € H.T. / jour  
Un devis sera établi sur demande

**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.



### Intervenante

**Laure Gomez Montoya**  
Thérapeute et co-fondatrice de Santé Mentale Pour Tous (la fresque pour parler de santé mentale au travail) et fondatrice de Med By Me, application mobile.

Après une première vie professionnelle, dans l'édition et la presse avec la création de deux maisons d'éditions, Laure fonde la startup Med By Me, une application regroupant des séances audios de thérapeutes pour se faire du bien. Dernièrement, elle lance SMPT une entreprise qui propose des outils de sensibilisation à la santé mentale en entreprise.

### Objectifs

### Public visé

### Méthode

- Sensibiliser aux enjeux de la santé mentale au travail
- Expliquer les différents types de troubles psychiques
- Déconstruire les idées reçues et les préjugés.
- Apporter des connaissances sur les comportements à adopter en situation de fragilité psychique.
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de d'identifier les grandes familles de troubles psychiques et apporter une aide en cas de crise.

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication et marketing
- Aucun prérequis nécessaire

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, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

# TRAVAIL ET SANTÉ MENTALE, PRÉVENIR L'ÉPUISEMENT PROFESSIONNEL : QUAND LA CHARGE PROFESSIONNELLE IMPACTE NOTRE BIEN-ÊTRE.

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)

Permettre à chacun de devenir acteur de la prévention et de construire des environnements de travail plus sains, sans sacrifier la performance ni la créativité. En agence les rythmes sont soutenus, la pression des compétitions et la culture de l'urgence peuvent vite générer des déséquilibres.

Cette formation explore la manière dont l'environnement de travail, les pratiques organisationnelles et la culture d'agence ont un impact sur la santé mentale des employés. Elle met l'accent sur la compréhension du burn out, sur les facteurs de risque psychosociaux (RPS) qui peuvent contribuer à l'épuisement, la dépression, le stress, l'anxiété, mais aussi sur tous les liens entre travail et santé mentale.

## Introduction

Positionnement pédagogique : quiz individuel d'évaluation pour connaître le niveau de connaissance sur le burn out, les RPS, et lien entre stress et santé mentale.  
 Présentation des stagiaires, recueil des attentes.

## Module 1 – Une fresque pour parler de santé mentale au travail

Atelier de 3h30, d'intelligence collective pour harmoniser le niveau des connaissances sur la santé mentale, libérer la parole, susciter des échanges et explorer les différentes facettes de la santé mentale.

## Module 2 – L'impact du travail sur la santé mentale : comprendre pour agir

2.1. Prévenir le burn out: les signaux d'alerte et les mécanismes du burn out.  
 2.2 Prévenir les risques psychosociaux : de la détection à l'action, identifier les facteurs de RPS.

## Module 3 – L'importance du soutien collectif : solidarité au travail face à la souffrance psychique

3.1. Comment créer une culture de travail qui prend en compte le bien-être mental (espaces de parole, soutien psychologique, etc.)  
 3.2 Comment réagir face à une personne en souffrance

## Conclusion

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

**Participants**  
 Formation collective 6 à 10 stagiaires

**Tarifs**  
 À partir de 4000 € H.T. / jour  
 Un devis sera établi sur demande

**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.



### Intervenante

**Laure Gomez Montoya**  
**Thérapeute et co-fondatrice de Santé Mentale Pour Tous (la fresque pour parler de santé mentale au travail) et fondatrice de Med By Me, application mobile.**

Après une première vie professionnelle, dans l'édition et la presse avec la création de deux maisons d'éditions, Laure fonde la startup Med By Me, une application regroupant des séances audios de thérapeutes pour se faire du bien. Dernièrement, elle lance SMPT une entreprise qui propose des outils de sensibilisation à la santé mentale en entreprise.

### Objectifs

### Public visé

### Méthode

- Identifier les situations à risques et reconnaître les signaux d'alerte.
- Comprendre les mécanismes du burn out
- Sensibiliser aux RPS.
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de devenir un acteur d'un environnement sain pour prévenir les situations d'épuisement professionnel.

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication et marketing
- Aucun prérequis nécessaire

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, 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'Académie du Newbiz  
et des Métiers de la Communication*

# IA & AUTOMATISATION

Prompt Booster : briefer l'IA (niv 1 & 2)

Midjourney : déployer sa créativité IA (niv 1 & 2)

Construire des workflows IA automatisés

IA & projets vidéo

Challenger sa stratégie marketing BtoB avec l'IA

IA & droits

# PROMPT BOOSTER : L'ART DE BRIEFER CHATGPT

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

**Positionnement pédagogique :** quiz individuel d'évaluation pour connaître le niveau de connaissance et d'usage des outils d'Intelligence Artificielle générative et notamment de ChatGPT.

Présentation des stagiaires, recueil des attentes.

## Module 1 – “Open the Chakr.AI”

- 1.1. Une brève histoire de l'IA et ses enjeux
- 1.2. Les applications de l'IA dans la communication (Focus sur les IA génératives)
- 1.3 Opportunités & menaces de l'IA

## Module 2 – Les fondamentaux du “prompt engineering”

- 2.1. Anatomie d'un prompt : l'art de briefer ChatGPT. Comprendre ses capacités et ses limites. Apprendre les techniques de prompt pour obtenir des résultats précis.
- 2.2 AI & Newbiz : le binôme gagnant. Maximiser l'efficacité de l'utilisation de ChatGPT dans un cadre professionnel.
- 2.3 Explorer des cas d'application pratiques de création de contenu pour le NewBiz (Séquence de courriels de prospection, Pitch elevator, dream list)

## Module 3 – Atelier de créativité avec ChatGPT

- 3.1. S'approprier ChatGPT et son fonctionnement pour produire des contenus originaux et performants.
- 3.2 Faire de l'IA son meilleur allié au quotidien pour le newbiz
- 3.3. Produire les premiers supports de prospection et messages clés
- 3.4. Tester des outils d'IA pour produire des images et des vidéos

## 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



## Intervenant

Frédéric Faivre

**Consultant en Marketing, 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 Spilo. Dernièrement, il crée Fever Paris, une "Consulting Boutique" spécialisée dans le marketing et l'innovation liée à l'intelligence artificielle.

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intégrer les enjeux et les limites de l'IA dans le monde actuel</li> <li>• Comprendre comment utiliser en entreprise les IA génératives et notamment ChatGPT</li> <li>• Prendre en main ChatGPT pour produire des contenus essentiels au New business</li> <li>• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de produire du contenu pour optimiser sa créativité et sa productivité en agence</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigeant,</li> <li>• Cadre,</li> <li>• Responsable du développement,</li> <li>• Manager,</li> <li>• Commercial,</li> <li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer et participer à des compétitions .</li> <li>• Aucun prérequis nécessaire</li> </ul> | <p>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 au NewBiz, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p> |
|---|--|---|

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

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 – Créez 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	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"><li>Rester à la pointe des dernières innovations en IA générative et leurs applications dans la communication.</li><li>Découvrir les capacités avancées de ChatGPT-4o pour créer du contenu multimodal</li><li>Explorer le potentiel des GPTs pour exécuter des tâches récurrentes et répétitives.</li><li>S'initier à l'automatisation avec les workflows intelligents</li></ul>	<p>La formation s'adresse aux professionnels souhaitant améliorer leur pratique de ChatGPT 4 avec les fonctionnalités avancées :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Dirigeants / Cadres</li><li>Managers</li><li>Créatifs</li><li>Consultants</li><li>Toute personne en agence (digital, pub, etc.)</li></ul> <p>Prérequis</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Il est recommandé de connaître les fonctionnalités de base de ChatGPT et de disposer d'un compte personnel sur ChatGPT PLUS (payant).</li></ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

# CONCEVOIR ET OPTIMISER DES WORKFLOWS AUTOMATISÉS AVEC LES AGENTS IA

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 pour tester les compétences des stagiaires avec l'IA et ses outils dans l'optimisation des processus métier.

## Module 1 – Intégrer et exploiter les Agents IA

- 1.1 Analyser les évolutions récentes de l'IA générative.
  - 1.2 Différencier les Agents IA des chatbots classiques.
  - 1.3 Explorer les outils d'orchestration (n8n, Make, Zapier, LangChain).
  - 1.4 Construire un premier workflow automatisé (ex : collecte de contacts + envoi de mail).
- Atelier : Créer et tester un premier workflow simple.

## Module 2 – Automatiser les Processus Clés avec les Agents IA

- 2.1 Intégrer l'IA pour optimiser le support client (automatisation des réponses).
  - 2.2 Développer un agent vocal pour la prise de rendez-vous.
  - 2.3 Automatiser la prospection (web scraping + messages personnalisés).
  - 2.4 Programmer un autoposting intelligent sur les réseaux sociaux avec analyse de tendances.
- Atelier : Prototyper un outil de support client automatisé.

## Module 3 – Sécuriser et Contrôler les Agents IA

- 3.1 définir le rôle de l'humain dans un dispositif automatisé (Human-in-the-Loop).
  - 3.2 Superviser les actions et gérer les retours utilisateurs.
  - 3.3 Choisir entre des outils standards et des solutions sur-mesure.
  - 3.4 Garantir la sécurité des données (API américaines vs solutions européennes).
- Atelier : Mettre en place une boucle de validation humaine sur un agent automatique.

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation, tour de table. Livraison de templates de workflow réutilisables (n8n)

### Objectifs

- Intégrer la différence entre l'IA générative classique (ChatGPT) et les Agents IA.
- Commencer à utiliser les outils de création de workflows automatisés (n8n, Make, Zapier).
- Répartir efficacement les tâches entre humain et machine (Human-in-the-Loop).
- Développer une première automatisation fonctionnelle à l'issue de la formation.
- À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'adopter les outils et techniques liés à l'IA.

### Public visé

- Directeur-conseil /Directeur du numérique
- Responsable SEO / SEA
- Chef de projet marketing digital, social media
- Chief Information Officer (CIO) / Directeur des Systèmes d'Information (DSI), Chief Digital Officer (CDO) / Responsable de la transformation digitale
- opérationnels (ingénieurs, développeurs, data scientists)
- Innovation / R&D
- Architectes IT & Ingénieurs Data
- 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

### 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



### Intervenant

**Arthur RENAUD**  
**Conseil en Agents IA**  
**CEO de Stackadoc**

Entrepreneur depuis 10 ans dans le Machine Learning, la Data et l'IA, Arthur a cofondé plusieurs entreprises spécialisées dans l'intelligence artificielle et l'automatisation. Après avoir créé ETAONIS , il fonde Coalition.ai , une startup dédiée aux Agents IA, reprise par le journal indépendant Contexte.

Aujourd'hui, il accompagne les entreprises dans l'intégration d'Agents IA et de solutions d'automatisation pour optimiser leurs performances et transformer leurs processus métier.

# L'IA GÉNÉRATIVE AU SERVICE DU FILMMAKING

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 participants et recueil des attentes.
- Quiz d'évaluation pour déterminer le niveau de connaissance des outils d'IA.
- Introduction aux enjeux et opportunités, mais aussi des limites techniques et éthiques, de l'IA générative en audiovisuel.
- Aperçu des étapes clés d'un workflow 100% IA.

## Module 1: Conception et Écriture avec ChatGPT

- 1.1. Exploiter le plein potentiel de Chat GPT comme co-auteur
- 1.2. Définir sa direction artistique & son découpage
- 1.3. Prompting images & animations (camera, sujet, action, décor, style, qualité)
- 1.4. Utilisation des GPTs propriétaires

## Module 2 : Moodboard & Storyboard avec MidJourney

- 2.1. Introduction à Midjourney
- 2.2. Style de référence & cohérence
- 2.3. Déclinaison des images (inpainting, agrandissements, variations)
- 2.4. Production d'un storyboard détaillé
- 2.5. Upscaling

## Module 3 : Animation et Production Vidéo

- 3.1. État des lieux actuels & à venir : Kling, Runway, Pikalab, VEO2, Sora
- 3.2. Prise en main de Kling 1.6 (text to video, image to video, element)
- 3.3. Lypsinc
- 3.4. (optionnel) Vidéo to vidéo avec Runway
- 3.5. (optionnel) Clones numériques avec Heygen

## Module 4 : Sound Design et Production Audio

- 4.1. Création voix off & sound effects avec Eleven Labs
- 4.2. Musiques et bandes originales avec Suno

## Module 5 : Post-Production et Finalisation

- 5.1. Montage et correction d'étalement avec DaVinci Resolve.
- 5.2. Upscaling et optimisation des rendus vidéo.

## Conclusion

- Quiz final pour valider les compétences acquises.
- Questions/réponses et recommandations personnalisées pour les projets futurs..
- Boîte à outils utiles (GPTS, banques de données, newsletters, etc.)

## Objectifs

- Intégrer les enjeux et les limites de l'IA dans le cadre de la production vidéo
- Comment utiliser ChaGPT comme aide à l'écriture
- Maîtriser vos prompts sur Midjourney

- Maîtriser la création sonore de vos productions ainsi que l'animation de vos scènes
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de créer son propre film 100% IA.

## Public visé

- DA/DC
- Concepteurs/rédacteurs
- Aucun prérequis nécessaire

## Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés.

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Durée

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.  
Ordinateur individuel et connexion wifi.  
Abonnements Midjourney & Kling. Logiciel Da Vinci

Optionnel mais recommandé  
Abonnements ElevenLabs & Suno



## Intervenant

Christophe Maïa-Michalon

Auteur-réalisateur, créatif publicitaire & artiste IA,  
fondateur du studio hybride Demence Films et cofondateur de l'agence Saint Gingembre

Avec plus de 10 ans d'XP dans la communication & la création audiovisuelle, et 2 dans l'IA générative, Christophe maîtrise toute la chaîne de fabrication d'un film et y intègre continuellement les dernières nouveautés IA.

# MODÉLISER SES PARCOURS D'ACHATS/CLIENTS POUR CONSTRUIRE SA STRATÉGIE BTOB

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau de maturité marketing des participants

## Module 1 – Parcours d'achats/clients : quels enjeux ?

- 1.1 Parcours d'achat et parcours client BtoB – complexité et enjeux
- 1.2. Pourquoi intégrer les parcours d'achats/clients dans sa stratégie BtoB?
- 1.3. Développer son 'Intelligence Client' – une démarche structurante pour l'entreprise

## Module 2 – Définir des personae qualitatifs

- 2.1. Les personae – pourquoi est-ce (encore) essentiel en 2024?
- 2.2. Créer ses personae par secteurs/marchés, zones géographiques, priorités
- 2.3. Les 6 points fondamentaux d'un persona
- 2.4 Atelier évaluation des acquis : construire/compléter ses persona(e)

## Module 3 – Identifier les étapes de son parcours d'achat/client

- 3.1. Parcours d'achat/parcours client : rappel des enjeux
- 3.2. Cartographier le parcours d'achat/parcours client BtoB
- 3.3. Définir chaque étape de son parcours
- 3.4. Atelier évaluation des acquis : Définir les étapes de son parcours d'achat/client

## Module 4 – Analyser les points de contacts

- 4.1 Relever les réponses existantes à chaque étape du parcours
- 4.2 Classer les réponses satisfaisantes/insatisfaisantes/manquantes
- 4.3 Identifier les Moments de Vérité dans le parcours
- 4.4 Atelier évaluation des acquis : Identifier les Moments de Vérité dans son parcours d'achat/client

## Module 5 – Construire sa stratégie marketing customer centric

- 5.1. Répondre aux Moments de Vérité – Rappel des enjeux
- 5.2 Prioriser et choisir 'son' Moment de Vérité
- 5.2. Les 8 étapes pour construire sa réponse à un Moment de Vérité
- 5.3 Atelier évaluation des acquis : Développer sa réponse à un Moment de Vérité sous forme de projet

## Module 6 – Pitcher son projet

- 6.1. Préparer la présentation de son projet
- 6.2 Pitcher son projet et voter pour un projet gagnant

## 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

Tamara Grunebaum

Conseil en marketing BtoB et formatrice

Plus de 20 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil et Directrice Développement en agence(s) de communication et marketing. Mise en place de stratégies, process et méthodologies en Modern Marketing pour accompagner la transformation de grands groupes et PME à l'international.

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"><li>• Intégrer les enjeux de parcours d'achats/ clients dans vos stratégies marketing BtoB</li><li>• Comprendre les besoins de vos clients à chaque étape de leurs parcours et développer votre 'Intelligence Client'</li><li>• Appréhender les différentes étapes du parcours d'achat/client</li><li>• Identifier les Moments de Vérité et y répondre</li><li>• Recueillir la méthode pour construire sa stratégie Marketing BtoB</li><li>• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de construire une stratégie marketing BtoB efficace et impactante</li></ul>	<p>La formation s'adresse à des équipes en France et à l'international</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Directeur/Responsable Marketing</li><li>• Equipes Marketing,</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

# RISQUES & OPPORTUNITÉS DE L'IA GENERATIVE

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 pour connaître le niveau de connaissance et d'usage des outils d'Intelligence Artificielle générative de votre agence, et notamment de ChatGPT.

## Module 1 – “Qu'est-ce que l'IA générative et comment cela fonctionne ?”

- 1.1. Les données d'entraînement
- 1.2. La technique du “prompt”
- 1.3. La génération des contenus

## Module 2 – “Comprendre les enjeux juridiques”

- 2.1. IA générative à l'ère du nouveau “IA Act”
- 2.2. IA générative face à la propriété intellectuelle
- 2.3. L'IA générative face à la confidentialité et la protection des données
- 2.4. Exploration des premiers cas pratiques

## Module 3 – “Gérer les risques liés à l'usage de l'IA”

- 3.1. Points de vigilance
- 3.2. Recommandations pratiques pour limiter les risques
- 3.3. L'enjeu de la transparence

## Module 4 – “Conseils d'utilisation raisonnée”

- 4.1. Créativité dans le “prompt”
- 4.2. Vérifier les contenus
- 4.3. Documenter sa production

## Conclusion

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

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 7 stagiaires

## Tarifs

1800 € H.T. / 0,5 jour. Un devis sera établi sur demande

## Durée

Une demi-journée en intra entreprise ou classe virtuelle

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

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



## Intervenant

**Mathilde Razou**  
**Avocat en propriété intellectuelle et nouvelles technologies**

Depuis 2011, Mathilde accompagne des sociétés et acteurs intervenant dans le monde de la création et de l'innovation. Elle dispense régulièrement des formations à l'attention d'entrepreneurs, notamment sur le sujet de l'IA générative. Elle enseigne également au sein du Master Droit du Marketing de Paris Dauphine. Mathilde a été reconnue en 2023 comme “raising star” par le guide professionnel IP STARS

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre les enjeux juridiques liés à l'IA générative</li><li>• Identifier les risques et s'en prémunir</li><li>• Utiliser l'outil comme un moyen de production</li><li>• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable d'identifier les risques et d'utiliser l'outil de manière plus responsable</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Manager,</li><li>• Créatif</li><li>• Conseil</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à utiliser l'IA dans son activité professionnelle...</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul> | <p>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, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemples pratiques.</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p> |
|--|---|---|



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

# PLANNING STRAT & MARQUE

- Fondamentaux du planning stratégique
- Identifier la valeur de sa marque (et la développer)
- Écrire un brief créa
- Travailler les tendances
- Déetecter des insights consommateurs

# 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

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

- 1.1 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 pitchs 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

### 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

# IDENTIFIER LA VALEUR DE SA MARQUE (ET LA DEVELOPPER)

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, questionnaire de positionnement : recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau de maîtrise des stagiaires sur la formulation d'une proposition de valeur

## Module 1 : Révéler la valeur

- 1.1 Définir la notion de valeur (distinguer sa différence avec la qualité)
- 1.2 Utiliser la marque pour maximiser la création de valeur
- 1.3 Identifier les insights pour détecter les pépites de valeur cachées
- 1.4. Atelier : trouver et formaliser une "proposition de valeur"

## Module 2 – Trouver votre valeur unique

- 2.1 Appliquer l'échelle de la valeur (laddering)
- 2.2 Démonstration pratique : analyse de la valeur sur un marché
- 2.3 Identifier et sélectionner la meilleure proposition de valeur
- 2.4. Atelier : analyser le marché et trouver SA proposition de valeur

## Module 3 – Manager pour maximiser votre valeur

- 3.1 Maîtriser les outils de pilotage de la valeur
- 3.2 Comment rendre la valeur d'une marque toujours plus unique
- 3.3. Atelier : incarner la valeur unique d'une marque à chaque touchpoint

## Conclusion

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

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Tarifs

à partir de 1 800 € H.T/ 1jour (250€ HT par personne supplémentaire)

Proposition sur-mesure

## Durée

½ journée

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

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

### Objectifs

### Public visé

### Méthode

- Identifier une proposition de valeur attractive, singulière et compétitive.
- Manager de manière concrète la marque pour révéler et incarner cette proposition de valeur à tous les points de contact
- À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de définir, manager et valoriser une proposition de valeur unique et impactante pour une marque.

- Dirigeant, • Cadre, • Responsable du développement, planneur stratégique • Manager, • Commercial, • Toute personne amenée à manager des marques ou superviser le développement d'une nouvelle plateforme de marque
- Aucun prérequis nécessaire.

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 à la communication, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation.

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



### Intervenant

Grégory Duquesne  
CEO & Co-fondateur Iounik.

30 ans d'expérience au service des marques et de la révélation de leur valeur. Une expérience acquise comme directeur du planning stratégique et du consulting (TBWA, Draft FCB, NAKED, M&C SAATCHI, AUSTRALIE, CHANGE).

3 prix Effie dans les 5 dernières années

# ÉCRIRE UN BRIEF CREA INSPIRANT

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

Le brief création. Un pur plaisir ou un pensum ? une reformulation du brief client ou une analyse en profondeur ? Un document à remplir ou une stratégie à formaliser ? Un PPT de 60 slides ou un one page ?

Le brief création est le support stratégique majeur d'une agence. Il en existe autant que d'agences (ou presque !) mais l'objectif et l'esprit sont les mêmes : donner aux créatifs le tremplin le plus inspirant possible pour dessiner une trajectoire de marque singulière et résonante.

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître leur niveau de connaissance dans la construction et la rédaction du brief créa

## Module 1 – Identifier les fonctions clés du brief créatif

- 1.1 Définir le rôle du brief création dans le processus de communication
- 1.2 Différencier ce qu'est un brief création et ce qu'il n'est pas
- 1.3 Lister quelques tips pour le réussir (ou au minimum ne pas le rater)
- 1.4 Atelier : Reconnaître les éléments communs à tous les modèles existants pour choisir ou adapter une trame de brief adaptée à son contexte

## Module 2 : Maîtriser la structure du brief création

- 2.1 Décrire les différentes rubriques du brief création et leur définition
- 2.2 Formuler une problématique de communication claire à partir d'un contexte donné
- 2.3 Enchaîner logiquement insight – promesse – preuves pour construire un raisonnement stratégique cohérent.
- 2.4 Atelier : Analyser des briefs existants, retravailler la formulation de la problématique et explorer des pistes d'insight à partir de cas concrets

## Module 3 : Cheminer dans un brief et le rédiger

- 3.1 Passer logiquement d'une rubrique à une autre (entonnoir)
- 3.2 Appliquer les bonnes pratiques de rédaction
- 3.3 Atelier : Rédiger un brief complet à partir d'un cas fictif ou réel

## Module 4 – Intégrer l'IA pour optimiser la rédaction du brief créa

- 4.1. Concevoir le gabarit du brief créa
- 4.2 Apprendre à formuler des prompts qui génèrent des sections spécifiques du gabarit et des données à prendre en compte
- 4.3 Atelier : Intégrer l'IA dans le processus de rédaction pour gagner en efficacité et en précision.

## Conclusion

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

Objectifs	Public visé	Méthode	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Structurer un brief création clair et complet.</li> <li>• Identifier les rubriques clés et leur rôle.</li> <li>• Comprendre l'articulation logique entre les parties (insight, promesse, preuves...).</li> <li>• Appliquer les bonnes pratiques : les « do » et les « don't ».</li> <li>• Donner envie de rédiger un brief utile et inspirant</li> <li>• Utiliser l'IA pour gagner en efficacité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigeant, Cadre,</li> <li>• Responsable du développement,</li> <li>• Planneur stratégique</li> <li>• Manager, Commercial,</li> <li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)</li> <li>• amenée à briefer des créatifs et participer à des compétitions...</li> <li>• Aucun prérequis nécessaire</li> </ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>	<p><b>Participants</b> Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8)</p> <p><b>Tarifs</b> à partir de 3 600 € H.T/ 1jour (250€ HT par personne supplémentaire) Proposition sur-mesure</p> <p><b>Durée</b> 1 journée/ 2 demi-journée</p> <p><b>Lieu</b> Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire</p> <p><b>Moyens mobilisés</b> Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi. un abonnement payant à ChatGPT par stagiaire</p> <p><b>Intervenante</b> Cécile Badouard Directrice Générale – Entrepreneure – Directrice de la Marque – Directrice du Planning Stratégique  30 ans d'expérience en tant que Directrice du Planning stratégique et DG en agences,</p> <p><b>Intervenant</b> 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 s'est spécialisé dans le marketing et l'innovation liée à l'intelligence artificielle.</p>

# INSIGHTS : LES VÉRITÉS CONSOMMATEURS AU CŒUR DES MARQUES ET DE LEUR EFFICACITÉ

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

C'est le Graal : trouver le bon insight !)

Les insights sont en effet la matière première de la vie et de l'expression des marques. Savoir les traquer, savoir les exprimer, savoir les communiquer, à temps, savoir les enrichir, les renouveler, permet de renforcer les marques. Les insights sont en effet leurs ressorts, leurs singularités, leurs résonances, et, in fine, leurs leviers business.

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître votre familiarité avec les insights et leur maniement.

## Module 1 – Enjeux, décryptage et compréhension

- 1.1 Que sont les consumer insights : définitions et angles de vue
- 1.2 Les différents types d'insights
- 1.3 L'évolution des insights face aux évolutions de la consommation
- 1.4 Ce qu'apportent les insights à la communication et au marketing
- 1.5. Atelier évaluation des acquis : détermination des insights de campagnes publicitaires existantes.

## Module 2 – D'où part l'insight ?

- 2.1 Les objectifs des insights
- 2.2 Les questions à se poser avant la recherche
- 2.3 Les sources, où les trouver ?
- 2.4 Quelques clés pour être un bon chasseur d'insights
- 2.5 Atelier évaluation des acquis : proposition d'insights pour un brief créatif

## Module 3 – Expression et exploitation

- 3.1 les différentes applications en marketing et en communication
- 3.2 Des clés pour formuler un bon insight
- 3.3 Atelier évaluation des acquis : en 2 temps : 1<sup>er</sup> temps consacré au partage d'insights (sur la base de campagnes), 2<sup>e</sup> temps consacré à la formulation d'insights (sur la base de briefs et de plateformes de marque apportées par le formateur et par les participants)

## 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.



### 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 forte pour les marques grand public des secteurs alimentaires, retail, mobilité, services.

Objectifs	Public visé	Méthode
• Comprendre les ressorts des insights	• Dirigeant, • Cadre, • Responsable du développement, • Planneur stratégique	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
• Traduire efficacement des données en insights	• Manager, • Commercial,	
• Savoir détecter et analyser des insights	• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)	
• Nourrir la communication des marques	amenée à gérer des clients et participer à des compétitions...	
• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de proposer des briefs inspirants aux créatifs	• Aucun prérequis nécessaire	Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

# LES DESSOUS DES TENDANCES : COMPRENDRE, CATCHER, EXPLOITER LES TENDANCES POUR RENFORCER SA MARQUE

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

Volatile, changeante, éphémère, la tendance est difficile à épingle mais son bruit médiatique est omniprésent. Présentes depuis des décennies, les tendances sont hyper-présentes aujourd’hui via notamment l’hyper-puissance des influenceuses/influenceurs. Leur importance semble incontournable dans la vie des marques, dans leur proximité avec leurs consommateurs, dans leur attractivité et donc dans leur communication.

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître votre familiarité avec les tendances et leur recherche.

## Module 1 - Enjeux, définition et rôle

- 1.1 Polysémie et enjeux des tendances : peut-on imaginer une société de consommation sans tendances ?
- 1.2 Qu'est-ce qui fait une tendance ?
- 1.3 Les fonctions sociales des tendances
- 1.4 La rhétorique des tendances, de l'intangible à la preuve
- 1.5. Atelier évaluation des acquis : analyse de tendances

## Module 2 - Comment catcher des tendances, et comment les diffuser ?

- 2.1 Les différents types de tendances
- 2.2 Panorama des offres de catching et d'analyse
- 2.3 Approches, outils et process de détection
- 2.4 Modèles de diffusion
- 2.5 Atelier évaluation des acquis : repérage de tendances

## Module 3 - Expression et exploitation

- 3.1 Les tendances sont tendance. Décryptage du phénomène.
- 3.2 Qui fait les tendances ? Les gens, les influenceurs, les marques ?
- 3.2 Le développement d'offres spécialisées
- 3.4 Marques et tendances : exploitation dans les plateformes et les campagnes de communication
- 3.5 Atelier évaluation des acquis : exploitation des tendances dans un brief

## Conclusion

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

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre le rôle des tendances dans la construction des marques</li><li>• Nourrir ses briefs création et ses plateformes de marques</li><li>• A l'issue de la formation le stagiaire saura détecter des tendances</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Responsable du développement,</li><li>• Planneur stratégique</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à gérer des clients et participer à des compétitions...</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>
		<p>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 forte pour les marques grand public des secteurs alimentaires, retail, mobilité, services.</p>
		<p>Intervenante Cécile Badouard</p>

<b>Participants</b> Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b> 1 jour
<b>Lieu</b> Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire



<p>Intervenante Cécile Badouard</p> <p>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 forte pour les marques grand public des secteurs alimentaires, retail, mobilité, services.</p>
---



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

# RÉSEAUX, INFLUENCE & CONTENUS

LinkedIn: Incarner sa voix professionnelle

Activer son Leader Advocacy

Maîtriser les leviers du social media

Réussir ses collaborations avec les influenceurs

De la marque au média : créer un contenu qui compte

Influence BtoB : développez l'influence de votre agence  
implémenter l'Ecoute sociale dans la stratégie de  
l'agence

# LINKEDIN : INCARNER SA VOIX PROFESSIONNELLE.

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

## Introduction

### Introduction

Présentation des participants, recueil des attentes et questionnaire de positionnement pour d'évaluer la maturité éditoriale actuelle, les pratiques existantes, les besoins individuels et les objectifs attendus, afin d'adapter précisément la formation au niveau de chaque participant.

## Module 1 – Aligner sa présence LinkedIn avec un rebranding

- 1.1 Pourquoi LinkedIn prolonge naturellement le rebranding
- 1.2 Comment le branding redéfinit l'expression professionnelle
- 1.3 Analyse de la présence actuelle : page entreprise, Comex, managers ... forces et limites
- 1.4 Benchmark des dirigeants et agences performants sur LinkedIn

Atelier : Où sommes-nous ? Où pouvons-nous aller ?

Auto-diagnostic individuel + synthèse collective pour établir la trajectoire éditoriale.

## Module 2 – Clarifier sa posture et son rôle dans l'écosystème d'influence

- 2.1 Découvrir les 5 archétypes éditoriaux
- 2.2 Identifier ses filtres posturaux
- 2.3 Comprendre l'évolution de LinkedIn : Interest Graph, IA et nouveaux signaux de crédibilité
- 2.4 Les marqueurs d'expertise incarnée en 2025

Atelier : Audit IA du profil

Lecture algorithmique du profil, recommandations et axes d'incarnation.

## Module 3 – Construire son territoire éditorial

- 3.1 Axe 1 : Moi — ce qui m'intéresse et ce que je sais faire
- 3.2 Axe 2 : Mon métier — ce que je vis, apprends, observe
- 3.3 Axe 3 : Agence — ADN, Rebranding territoires éditoriaux prioritaires
- 3.4 Construire sa mini-matrice narrative : propos, preuves, angles, formats

Atelier : Mini-matrice + initiation d'un post

Compléter sa matrice, choisir un axe et rédiger un premier contenu.

## Module 4 – Produire efficacement grâce à l'IA éditoriale

- 4.1 Pourquoi l'IA transforme l'écriture professionnelle ?
- 4.2 Comment rester singulier dans un contexte augmenté
- 4.3 Les 4 usages clés : générer, organiser, arbitrer, produire
- 4.4 IA responsable et alignée avec l'identité de l'agence

Atelier : Construire son projet éditorial assisté par l'IA

Définition des besoins, structuration du flux de production et tests.

## Module 5 – Créer son assistant éditorial IA personnalisé

- 5.1 Identifier ses besoins éditoriaux
- 5.2 Construire son assistant via un prompt architecturé
- 5.3 Tester, ajuster et calibrer la voix

Atelier : Développer son assistant IA éditorial calibré sur sa voix et son métier.

## 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.



## Intervenante

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

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Permettre de structurer une posture de social media leadership</li><li>• Accompagner dans la conception et l'activation d'une stratégie éditoriale d'influence continue, scénarisée et différenciante</li><li>• Donner les clés pour articuler intelligence humaine et outils IA dans le développement de votre leader advocacy</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Responsable du développement,</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)</li><li>amenée à développer le new business et participer à des compétitions ...</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul> | <p>La formation priviliege 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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation, pour valider les acquis</p> |
|---|--|--|

1Plus de 14 ans d'expérience en accompagnement de dirigeants et d'équipes communication sur leurs enjeux corporatifs, 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.

# 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

## 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 2025

1.2 Leader advocacy vs personalbranding

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

## Public visé

## Méthode

- 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

- 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

La formation priviliege 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

• Plus de 14 ans d'expérience en accompagnement de dirigeants et d'équipes communication sur leurs enjeux corporatifs, 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.

# RÉUSSIR SES COLLABORATIONS AVEC LES INFLUENCEURS

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes, quiz d'évaluation pour évaluer le niveau de connaissance en matière de stratégie d'influence, de collaboration avec les créateurs et de codes propres aux plateformes sociales.

## Module 1 – Décrypter l'univers des créateurs

- 1.1. Comprendre les logiques d'audiences, de ton et de formats propres aux créateurs.
- 1.2. Identifier comment une marque peut s'inscrire dans cet univers sans le dénaturer.

Atelier : analyse de 3 créateurs, repérer leurs codes et contraintes créatives.

## Module 2 – Définir les objectifs d'une collaboration influence

- 2.1. Clarifier ce que la marque veut atteindre : image, engagement, conversion.
- 2.2. Relier les objectifs business à des formats et à des typologies de créateurs.

Atelier : formulation d'objectifs influence et choix de leviers adaptés.

## Module 3 – Concevoir un brief créateur efficace

- 3.1. Écrire un brief qui inspire et respecte la liberté du créateur.
- 3.2. Définir clairement les messages clés, livrables, contraintes, timing.
- 3.3. Trouver l'équilibre entre cadre stratégique et expression créative.

Atelier : rédaction d'un brief créateur et échanges croisés agence – annonceur – créateur pour ajustement.

## Module 4 – Activer et piloter ses collaborations

- 4.1. Mettre en place une relation gagnant-gagnant avec le créateur.
- 4.2. Suivre la réalisation et garder la cohérence avec la stratégie.
- 4.3. Mesurer l'impact réel (KPIs, retombées qualitatives).

Atelier : étude critique d'une campagne influence, repérer ce qui a marché ou échoué.

## Conclusion

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

### Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

### Tarifs

À partir de : 2600 € H.T. / j  
Un devis sera établi sur demande

### Durée

Une journée en intra entreprise

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

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



### Intervenante

**Anna Rognon Désirée**  
CEO & fondatrice de Take Off, collectif expert en stratégie de contenus et du media Surf Cities

Intervenante dans les écoles ESD, ESP, EFAP et directrice du module stratégie digitale de l'ESD / Ecole Supérieure du Digital

15 ans passés en agence de communication (TBWA) et dans les médias (Prisma Media) au newbiz, pour développer de nouveaux métiers de communication au sein des groupes médias. Création de l'agence de création de contenu pour Prisma Media, IDEAT et pour le groupe Infopro Digital

### Objectifs

- Analyser le rôle des créateurs de contenu dans la création, la production, l'animation et l'amplification des messages sur les réseaux sociaux.
- Déployer une stratégie d'influence adaptée aux objectifs de communication de la marque.
- Maîtriser l'art de briefer et de piloter les créateurs de contenus en intégrant les codes des plateformes et les enjeux de communication

### Public visé

- Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, de la communication,
- Dirigeant, Cadre, Manager,
- Commercial, Production, Social media ...
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer l'image de sa marque ...
- Aucun prérequis nécessaire

### Méthode

- La formation priviliege 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

# DE LA MARQUE AU MEDIA : CREER UN CONTENU QUI COMPTE

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, quiz d'évaluation pour évaluer le niveau de connaissance en matière de brand content, stratégie éditoriale, organisation newsroom et diffusion des contenus.

## Module 1 – Brand content : maîtriser les bases du contenu de marque pour en faire un levier puissant de visibilité et d'engagement .

- 1.1. Décrypter les grandes tendances actuelles du contenu de marque.
  - 1.2. Explorer et comparer les meilleures pratiques de marques médias pour s'inspirer.
  - 1.3. Analyser un cas de transformation réussie d'une marque en média.
- Atelier : Concevoir une baseline et un positionnement éditorial différenciant lors d'un atelier pratique.

## Module 2 – Stratégie éditoriale : bâtir une stratégie éditoriale claire, cohérente et durable

- 2.1. Identifier les différentes typologies de contenus et leurs objectifs.
  - 2.2. Explorer les nouveaux formats et innovations à suivre.
  - 2.3. Définir une ligne éditoriale et des piliers pérennes adaptés à la marque.
- Atelier Concevoir une stratégie éditoriale complète lors d'un atelier de mise en situation (3 profils clients au choix).

## Module 3 – Newsroom : produire efficacement

- 3.1. Expliquer la définition et le rôle d'une newsroom moderne.
  - 3.2. Organiser et planifier la production éditoriale, en intégrant l'apport de l'IA.
  - 3.3. Produire efficacement des contenus adaptés à différents supports.
  - 3.4. Sélectionner les plateformes pertinentes et les formats associés.
  - 3.5. Mettre en place une content factory adaptée aux besoins de la marque.
- Atelier : Créer en groupe un contenu décliné sur plusieurs supports lors d'un atelier pratique.

## Module 4 – Newsroom : méthodologie et workflow

- 4.1. Structurer l'organisation d'une newsroom en définissant rôles et responsabilités.
  - 4.2. S'inspirer de modèles issus des médias pour optimiser la production.
  - 4.3. Cartographier les métiers du contenu et leur articulation dans une newsroom.
  - 4.4. Décrire et appliquer les étapes clés d'un workflow de production.
- Atelier Concevoir une méthodologie de production idéale

## Module 5 – Amplifier et diffuser

- 5.1. Anticiper la diffusion des contenus pour maximiser leur impact.
  - 5.2. Choisir les canaux sociaux en fonction des objectifs de communication.
  - 5.3. Mobiliser l'influence, les événements et les partenariats comme leviers d'amplification.
- Atelier : Analyser et décrypter une stratégie de contenus réussie

## Conclusion

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

## Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

## Tarifs

À partir de : 2600 € H.T. / j  
Un devis sera établi sur demande

## Durée

Une journée en intra entreprise

## Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

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



## Intervenante

**Anna Rognon Désirée**  
**CEO & fondatrice de Take Off, collectif expert en stratégie de contenus et du media Surf Cities**

**Intervenante dans les écoles ESD, ESP, EFAP et directrice du module stratégie digitale de l'ESD / Ecole Supérieure du Digital**

15 ans passés en agence de communication (TBWA) et dans les medias (Prisma Media) au newbiz, pour développer de nouveaux métiers de communication au sein des groupes médias. Création de l'agence de création de contenu pour Prisma Media, IDEAT et pour le groupe Infopro Digital

## Objectifs

- Analyser les mécanismes de création, production, animation et amplification de contenus.
- Définir et déployer une stratégie de contenus efficace pour construire un média puissant.
- Organiser, planifier et produire des contenus adaptés à l'ensemble des supports.

## Public visé

- Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, de la communication,
- Dirigeant, Cadre, Manager,
- Commercial, Production, Social media ...
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer l'image de sa marque ...
- Aucun prérequis nécessaire

## Méthode

- La formation priviliege 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

# MAÎTRISER LES LEVIERS DU SOCIAL MEDIA

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 pour mesurer le niveau de connaissance initial en social media

## Module 1 – Découvrir l'univers du Social Media

- 1.1 Explorer le panorama des réseaux sociaux et tendances actuelles
- 1.2 Comprendre le rôle du social media dans une stratégie marketing
- 1.3 Différencier social media organique et paid
- 1.4 Atelier : Identifier les tendances social media

## Module 2 – Élaborer une Stratégie Social Media Organique

- 2.1 Définir une stratégie social media engageante
- 2.2 Concevoir et planifier du contenu
- 2.3 Optimiser ses comptes (SEO et social media)
- 2.4 Analyser et interpréter les performances
- 2.5 Gérer la modération et la relation communautaire
- 2.6 Maîtriser la e-réputation
- 2.7 Atelier : Construire un calendrier éditorial

## Module 3 – Mettre en place une Stratégie Social Media Paid

- 3.1 Appréhender les bases de la publicité sur les réseaux sociaux
- 3.2 Configurer un compte Meta Business Manager
- 3.3 Concevoir et optimiser une campagne Meta Ads
- 3.4 Suivre et optimiser les campagnes
- 3.5 Atelier : Lancer une campagne publicitaire test

## Module 4 – Mettre en place les outils nécessaires

- 4.1 Sélectionner les outils indispensables (calendriers, logiciels de création, veille)
- 4.2 Exploiter les outils d'analyse et de reporting
- 4.3 Automatiser et programmer les publications
- 4.4 Atelier : Analyser les performances d'une campagne

## 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

**Jules Coignet**

Expert Social Media & Social Ads

Précédentes expériences professionnelles : Team Leader Social Media chez Altavia Wetail, Social Media Manager chez Altavia Insitaction, Responsable communication et marketing chez Millim & Chauss'Mômes, Planneur Stratégiques chez Publicis ETO.

## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtriser les fondamentaux du social media marketing</li> <li>• Savoir créer et animer une stratégie social media efficace</li> <li>• Optimiser la visibilité et l'engagement sur les réseaux sociaux</li> <li>• Comprendre et mettre en place des campagnes publicitaires performantes</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, de la communication,</li> <li>• Community Managers</li> <li>• Social Media Managers</li> <li>• Entrepreneurs souhaitant développer leur stratégie social media</li> </ul> | <p>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, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p> |
|---|---|--|

# INFLUENCE BTOB : DÉVELOPPEZ LA PUISSANCE D'IMPACT DE VOTRE AGENCE

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 pour mesurer le niveau de connaissance initial en influence BtoB.

## Module 1 – Fondamentaux de l'influence en BtoB

- 1.1. Comprendre les spécificités et les particularités de l'influence en BtoB.
- 1.2. Panorama des canaux d'influence les plus efficaces pour son agence.
- 1.3. Cadre légal et éthique de l'influence en BtoB.
- 1.4. Atelier : Étude de cas illustrant l'impact des stratégies d'influence en BtoB.

## Module 2 – Cartographie des réseaux d'influence

- 2.1. Cartographie des réseaux d'influence des agences de communication (nano, micro, macro...)
- 2.2. Rôle et impact des KOL (Key Opinion Leaders) dans le secteur BtoB
- 2.3. Identification des influenceurs pertinents en BtoB.
- Quels outils ou plateformes ? (influence, outil de social listening et de veille)
- 2.4. Atelier : Simulation de négociation pour un partenariat avec un influenceur en BtoB.

## Module 3 – Stratégies pratiques et outils pour les agences de communication

- 3.1. Collaboration et co-création entre influenceurs et agences.  
Comment créer un brief efficace ?
- 3.2. Évaluation de l'efficacité et mesure du retour sur investissement des campagnes d'influence.
- 3.3. Atelier : Étude de cas – Analyse critique d'une campagne d'influence d'une agence de communication

## Conclusion

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

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"><li>• S'immerger dans les tendances actuelles et émergentes de l'influence,</li><li>• Comprendre les dynamiques de l'influence dans le secteur de la communication</li><li>• Maîtriser les leviers d'influence</li><li>• À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer une stratégie d'influence pour son agence</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Responsable du développement,</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)</li></ul> <p>amenée à développer et participer à des compétitions .</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul>	<p>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 au NewBiz, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

<b>Participants</b>
Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>
1 jour
<b>Lieu</b>
Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b>
Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



<b>Intervenant</b>
Anthony Rochand
CEO & Co-fondateur LEW
Consultant Formateur Certifié, Speaker ↗ Influence et RP 2.0, 🔊 KOL et Top Voice sur X en Influence / Marketing Digital.
Reconnu comme un influenceur de premier plan en France et en Europe, il est souvent invité par les médias pour parler de marketing digital et de réseaux sociaux. Il est le premier créateur de contenu B2B certifié "Influence Responsable" par l'ARPP

# IMPLÉMENTER L'ÉCOUTE SOCIALE DANS LA STRATÉGIE DE L'AGENCE

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 pour mesurer le niveau de connaissance initial en social listening

## Module 1 – Introduction au social listening

- 1.1. Définition et importance du social listening dans le contexte
- 1.2. La distinction entre le social monitoring et le social listening
- 1.3. Exemple de recherche dans le contexte avec un outil

## Module 2 – Comprendre les outils d'écoute sociale

- 2.1 Présentation des principaux outils de social listening
- 2.2 Démonstration pratique : configuration d'une veille sur un outil choisi
- 2.3 Discussion sur les critères de sélection d'un outil adapté aux besoins de l'agence
- 2.4. Atelier : Identifier des leaders d'opinion avec une recherche

## Module 3 –

- 3.1 Définir des objectifs de social listening : veille de marque, satisfaction client, veille concurrentielle,...
- Identification de mots-clés et de hashtags pertinents
- Segmentation de l'audience et personnalisation de l'écoute sociale
- Analyse des sentiments et identification des tendances
- 3.2 Utilisation du social listening pour la gestion de crise : détection des signaux faibles (et réaction rapide)
- 3.3. Atelier : Étude de cas – Une gestion de crise réussie grâce au social listening

## 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.



## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- Donner aux participants les aptitudes et l'expertise requises pour déployer des approches de social listening performantes dans leurs organisations, ce qui renforcera leur capacité à comprendre les publics, à gérer les situations de crise, à surveiller les activités des concurrents, et à accroître l'interaction sur les plateformes de médias sociaux

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer et participer à des campagnes..
- Connaissance de base des plateformes de médias sociaux et du marketing digital.

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 au NewBiz, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

## Intervenant

Anthony Rochand  
CEO & Co-fondateur LEW  
Consultant Formateur Certifié,  
Speaker ↗ Influence et RP 2.0,  
📢 KOL et Top Voice sur X en  
Influence / Marketing Digital.

Reconnu comme un influenceur de premier plan en France et en Europe, il est souvent invité par les médias pour parler de marketing digital et de réseaux sociaux. Il est le premier créateur de contenu B2B certifié "Influence Responsable" par l'ARPP



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

# DATA & ANALYTICS

L'efficacité publicitaire : quelle boussole pour vos stratégies (Media) ?

Google Analytics 4

CRO & UX Analytics

Tableaux de bord avec Looker Studio

# L'EFFICACITÉ PUBLICITAIRE: QUELLE BOUSSOLE POUR VOS STRATÉGIES (MEDIA) ?

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz pour connaître le niveau de familiarité des participants avec les études média et les mesures d'efficacité.

## Préambule

Pourquoi la mesure est-elle une boussole indispensable ?

## Module 1 – Appréhender l'importance de la mesure dans une stratégie media

- 1.1. Introduction : une consommation media qui creuse le fossé entre les français
- 1.2. La mesure de l'efficacité publicitaire : le réconciliateur ?
- 1.3. Les enjeux de la data (retail media et Régies TV)
- 1.4. Atelier pratique : déterminer l'importance de la mesure sur un secteur / un client.

## Module 2 – Identifier les méthodologies ainsi que leurs objectifs

- 2.1. Mesurer un contenu créatif
  - 2.1.1 Le diagnostic créatif
  - 2.1.2 Le pouvoir des émotions
  - 2.1.3 Les registres publicitaires
  - 2.1.4 Atelier : quelle approche pour résoudre un cas client ?
- 2.2. Mesurer une campagne media
  - 2.2.1 Les indicateurs classiques
  - 2.2.2 Méthodologies : de mono à cross-media
  - 2.2.3 Des « Walled Garden » à la data-collaboration responsable
  - 2.2.4 Atelier : lancement d'une nouvelle marque / nouveau produit.

## Module 3 – Recenser et utiliser les outils de mesure au sein de l'agence

- 3.1. La mesure des audiences : Mediamétrie
- 3.2. Le pouvoir de la marque : Brand tracker
- 3.3. L'écoute des tendances : social Listening versus social analytics
- 3.4. La vision globale : MMM et MROI
- 3.5. Atelier : recensement des outils de mesure d'efficacité (interne ou externe)

## Module 4 – Anticiper les besoins en matière d'innovation sur la mesure

- 4.1. La guerre de l'attention
- 4.2. La mesure first party data
- 4.3. Nouveautés IA : persona synthétique et données synthétiques
- 4.4. Atelier : Quels rôles pour ces innovations sur un ou deux secteurs spécifiques ?

## Conclusion

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

<b>Participants</b>
Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>
1 jour
<b>Lieu</b>
Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b>
Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



<b>Intervenante</b>
Nadine Faure
<b>Consultante media et études</b>
<b>Expertise en innovation data</b>
<b>au service des insights</b>
Plus de 20 ans d'expérience en tant que Directrice insights en institut d'études et planneuse stratégique en agence media.
Co-fondatrice de StationK, l'open innovation de Kantar.
Mise en place de nouvelles méthodologies d'études en partenariats avec des agences technologiques & start-Ups.

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"><li>• Distinguer les différentes mesures d'efficacité media</li><li>• Choisir les mesures d'efficacité en fonction des objectifs et enjeux business</li><li>• Anticiper les innovations méthodologiques en fonction des besoins de l'annonceur.</li><li>• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable d'accompagner son client sur les recommandation de mesures d'efficacité de ses campagnes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigeant,</li><li>• Cadre,</li><li>• Planning stratégique,</li><li>• Manager,</li><li>• Commercial,</li><li>• Toute personne en agence de communication ou chez l'annonceur amenée à utiliser des résultats d'études et des mesures d'efficacité média.</li><li>• Aucun prérequis nécessaire</li></ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

# CREER DES TABLEAUX DE BORD DATA DRIVEN AVEC GOOGLE LOOKER STUDIO

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau préalable de l'agence sur la datavisualisation en général et la solution Google Looker Studio en particulier. En amont de la formation, un entretien de cadrage avec l'agence permettra d'ajuster le contenu et format de la formation.

## Module 1 – Découvrir la data-visualisation

- 1.1 Connaitre les limites des solutions analytics et des rapports classiques
- 1.2 Identifier les avantages & points de vigilance avec les outils de data visualisation
- 1.3 Sensibiliser à l'expérience utilisateur (UX/UI) des tableaux de bords
- 1.4 Savoir implémenter une stratégie et méthode générale de conception d'un tableau de bord
- 1.5 Définir les indicateurs clés (KPIs), formats et adapter les données au public visé

## Module 2 – Gérer un compte Google Looker Studio

- 2.1 Savoir créer un compte Google Looker Studio et les utilisateurs associés
- 2.2 Apprendre les bonnes pratiques pour organiser les rapports de l'agence ou de ses clients
- 2.3 Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique avec la création ou adaptation du compte de l'agence.

## Module 3 – Maîtriser les connecteurs et sources de données

- 3.1 Identifier les connecteurs natifs de la Google Marketing Platform (G.Analytics, G.Ads, Search...)
- 3.2 Découvrir les connecteurs vers les fichiers structurés (Excel, Google Sheets, bases de données)
- 3.3 Identifier les connecteurs tiers (données des réseaux sociaux par ex.)
- 3.4 Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique avec un exemple sur un fichier google sheets partagé

## Module 4 – Comprendre les notions de dimensions et métriques

- 4.1 Identifier les données à intégrer dans les rapports
- 4.2 Comprendre la notion de dimensions pour catégoriser les données
- 4.3 Comprendre la notion de métriques pour mesurer une valeur
- 4.4 Atelier évaluation des acquis : Construction d'un exemple de tableau de bord avec des données de l'agence

## Module 5 – Maîtriser les modèles de graphiques disponibles

- 5.1 Découvrir les différents modes de représentation des données (tableaux, chiffres, graphiques, jauge, histogrammes...)
- 5.2 Découvrir les composants tiers de visualisation fournis par la communauté G.Looker Studio
- 5.3 Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique sur le modèle de tableau de bord générique de l'agence.

## Module 6 – Gérer la mise en page d'un tableau de bord responsive

- 6.1 Gérer le paramétrage de la mise en page (taille, format et style)
- 6.2 Gérer l'affichage responsive pour les mobiles
- 6.3 Comprendre l'usage des thèmes et des menus de navigation
- 6.4 Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique sur le modèle de tableau de bord générique de l'agence.

## Module 7 – Apprendre les bonnes pratiques pour plus d'efficacité

- 7.1 Gérer la volumétrie des données exploitées dans un tableau de bord
- 7.2 Gérer la confidentialité des données partagées
- 7.3 Définir une politique de mise à jour et de diffusion des données auprès des clients
- 7.3 Atelier évaluation des acquis : Quizz pour tester vos connaissances

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis (QCM), Bilan et feedback des participants, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation



## Intervenant

Eric Melounou

Consultant & Formateur Data Marketing

+15 ans de consulting et formation data analytics

- CEO agence **Data4Biz**
- Co-fondateur du réseau de consultants **Conversion Boosters**
- Intervenant écoles Supdeweb et Université de Strasbourg
- Membre actif de l'AADF (MeasureCamp)
- Références Credit Mutuel-CIC, Novembre, Infra, Qpark, Divalto, Burda, OA Nail System, Cuisine Schmidt...

## Objectifs

- Intégrer les enjeux d'une approche data driven pour votre agence
- Savoir créer un tableau de bord multi-sources de données
- Savoir exploiter et partager un modèle de tableau de bord pour ses clients
- Maîtriser les outils de mise en page des données
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de communiquer sur la performance de l'agence

## Public visé

- Dirigeant,
- Manager,
- Commercial,
- Chef de projet
- Directeur de clientèle,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)
- Consultant emarketing
- Responsable ecommerce
- Data Analyste
- Trafic manager

## 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

## Pré-requis

- Connaissance d'un tableur (Excel, GSheets)
- Notions en calcul sur les données (formules excel par ex.)

# ANALYSER LA PERFORMANCE WEB AVEC GOOGLE ANALYTICS 4

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau préalable de l'agence sur l'analyse de la web performance en général et la solution Google Analytics 4 en particulier. En amont de la formation, un entretien de cadrage avec l'agence permettra d'ajuster le contenu et format de la formation.

## Module 1 - Découvrir la solution Google Analytics 4 (GA4)

- 1.1 Comprendre l'intérêt du logiciel Google Analytics 4 dans le cadre de la performance digitale
- 1.2 Comprendre le vocabulaire de GA4 (dimensions, métriques)
- 1.3 Découvrir les nouvelles fonctionnalités (bibliothèques de rapports, comparaisons, explorations...)
- 1.4 Savoir mettre en place GA4 sur un site web et paramétriser la propriété selon les bonnes pratiques (flux de données, filtrage des IPs, exclusion des sites référents...)
- 1.5 Atelier Questions / réponses pour vérifier les acquis généraux

## Module 2 - Savoir configurer et exploiter les rapports standards

- 2.1 Atelier : "Comprendre le parcours complet du visiteur web" et exploitation des rapports
- 2.2 Savoir personnaliser les rapports standards pour afficher les données souhaitées
- 2.3 Savoir utiliser les comparaisons et les collections de rapports (bibliothèque)
- 2.4 S'initier à l'ajout de nouvelles données dans GA4 avec la création d'événements analytics

## Module 3 – Personnaliser GA4 pour créer ses rapports sur mesure

- 3.1 S'initier à l'ajout de dimensions et métriques personnalisées
- 3.2 Maîtriser la personnalisation des sources de trafic web (groupes de canaux)
- 3.3 Paramétriser un tunnel de conversion (parcours d'achat ecommerce ou de génération de lead)
- 3.4 Atelier d'évaluation des acquis : Créer un rapport d'exploration sur mesure

## Module 4 – S'approprier les bonnes pratiques et les fonctionnalités clés de GA4

- 4.1 Comprendre et exploiter les rapports clés (temps réel, provenance des visiteurs, engagement et conversions)
- 4.2 Maîtriser le plan de marquage (UTMs) pour l'identification des sources de trafic
- 4.3 Savoir partager et diffuser les données GA4 avec d'autres utilisateurs
- 4.4 Créer des alertes automatiques pour surveiller l'évolution du trafic
- 4.5 Savoir analyser les rapports d'exploration ou d'attribution pour en dégager des enseignements et faire des recommandations d'optimisation à vos clients

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis (QCM), Bilan et feedback des participants, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

<b>Participants</b>	Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires
<b>Durée</b>	1 jour
<b>Lieu</b>	Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire
<b>Moyens mobilisés</b>	Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



### Intervenant

**Eric Melounou**

**Consultant & Formateur Data Marketing**

+15 ans de consulting et formation data analytics

- CEO agence **Data4Biz**
- Co-fondateur du réseau de consultants **Conversion Boosters**
- Intervenant écoles Supdeweb et Université de Strasbourg
- Membre actif de l'AADF (MeasureCamp)
- Références Credit Mutuel-CIC, Novembre, Infra, Qpark, Divalto, Burda, OA Nail System, Cuisine Schmidt...

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir analyser les données d'un site web ou application mobile pour comprendre et améliorer le dispositif digital</li> <li>• Savoir exploiter et analyser les données de performance web</li> <li>• Comprendre le comportement des visiteurs d'un site internet</li> <li>• Exploiter les données pour identifier des pistes d'optimisation du site web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chef de projet web ou ecommerce,</li> <li>• Chargé de campagnes emarketing</li> <li>• Directeur de clientèle</li> <li>• Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)</li> <li>• Gérant de société</li> <li>• Data Analyste</li> <li>• Trafic manager</li> <li>• Rédacteur web / blogs</li> <li>• Community Manager</li> </ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>
	<b>Pré-requis</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance générale du digital</li> <li>• Notions en e-commerce ou emarketing</li> </ul>	

# S'APPROPRIER LA DEMARCHE D'OPTIMISATION DIGITALE CONTINUE (CRO & UX ANALYTICS)

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau préalable de l'agence sur la démarche CRO. En amont de la formation, un entretien de cadrage avec l'agence permettra d'ajuster le contenu et format de la formation.

## Module 1 – Découvrir la méthodologie C.R.O & UX Analytics

- 1.1 Test de compétences & maturité sur le sujet (QCM)
- 1.2 Découvrir le périmètre des activités CRO
- 1.3 Maîtriser les étapes nécessaires pour générer un résultat web
- 1.4 Atelier pratique : créer une 1ère roadmap (feuille de route) CRO pour votre site web

## Module 2 – Effectuer une recherche quantitative (Data Analytics)

- 2.1 Apprendre les facteurs clés de conversion qui génèrent des résultats web
- 2.2 Collecter et exploiter les données de performances web
- 2.3 Atelier pratique : Analyser les données Google Analytics 4 (GA4) d'un site web pour mettre à jour la roadmap CRO

## Module 3 – Effectuer une recherche heuristique (Audit UX)

- 3.1 Apprendre les leviers psychologiques qui influent sur le comportement des visiteurs
- 3.2 Découvrir la méthode d'analyse heuristique et la veille concurrentielle
- 3.3 Atelier d'évaluation des acquis : Analyser une web d'un site web et mettre à jour la roadmap CRO

## Module 4 – Effectuer une recherche utilisateurs (analyse comportementale)

- 4.1 Apprendre le processus d'idéation, la formulation des hypothèses d'amélioration, les études UX
- 4.2 Exploiter des outils tels que le session recording, les cartes de chaleur, les enquêtes utilisateurs
- 4.3 Atelier d'évaluation des acquis : Créer un sondage et un scénario de test utilisateur. Analyser les résultats et mettre à jour la roadmap CRO

## Module 5 – S'initier à l'A/B Testing

- 5.1 Comprendre les calculs statistiques de la méthode et la notion de vitesse d'un test ainsi que les techniques de persuasion
- 5.2 Configurer des A/B tests
- 5.3 Apprendre à éviter les écueils classiques et maximiser les résultats
- 5.4 Atelier d'évaluation des acquis : Créer un A/B test et planifier les prochaines étapes

## Module 6 – Organiser l'équipe en charge de la CRO

- 6.1 Savoir comment organiser l'équipe CRO optimale avec toutes les parties prenantes dont votre client
- 6.2 Répartir les rôles, organiser le workflow et savoir utiliser en équipe la roadmap CRO
- 6.3 Atelier d'évaluation des acquis : Finaliser la roadmap initiale

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis (QCM), Bilan et feedback des participants, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

### Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

### Tarifs

7 800 € H.T  
(Un devis sur mesure sera établi sur demande)

### Durée

3 jours (21 heures) en intra entreprise ou classe virtuelle

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

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



### Intervenant

Eric Melounou

Consultant & Formateur Data Marketing

+15 ans de consulting et formation data analytics

- CEO agence Data4Biz
- Co-fondateur du réseau de consultants Conversion Boosters
- Intervenant écoles Supdeweb et Université de Strasbourg
- Membre actif de l'AADF (MeasureCamp)
- Références Credit Mutuel-CIC, Novembre, Infra, Qpark, Divalto, Burda, OA Nail System, Cuisine Schmidt...

### Objectifs

- Savoir analyser les sources de donnée qualitatives et quantitatives pour comprendre les perceptions et comportements des visiteurs d'un site web
- Savoir trouver puis prioriser les hypothèses optimisations
- Concevoir, déployer et conclure des tests A/B
- Réussir à collaborer et piloter le process CRO

### Public visé

- UX Designer
- Chef de projet web ou ecommerce,
- Chargé de campagnes emarketing
- Directeur de clientèle
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)
- Gérant de société
- Responsable de site web
- Data Analyste
- Trafic manager

### 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

### Pré-requis

- Connaissance générale du digital
- Etre ou avoir été en charge de la gestion d'un site internet



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

# GO TO MARKET & INTERNATIONAL

Structurer sa stratégie Go to Market  
Préparer son développement à l'international

# GO TO MARKET: HOW TO WIN WORK ABROAD

Registration by e-mail and response within 48 hours with a minimum lead time of 1 month. All training sessions are tailored to the agency, for a tailored quote e-mail [pia@thepdmstudio.com](mailto:pia@thepdmstudio.com).

## Prep – Online session

- Understand current agency offer, client setup and positioning
- Discuss agency ambitions and relevant case studies
- Understand current marketing and newbiz plan

## Module 1 – Go to Market Strategy

- Understanding the Market Landscape: Analysing the agency market in the US, UK wider EMEA and identifying unique challenges and opportunities.
- Define focus area 1-2 markets at a time
- Define competitor base and target audience
- Positioning: Update key messages for chosen market with relevant work
- Promoting: Relevant experience and marketing channels
- Prospecting: Client Development + Newbiz targets
  - Shared in a 1/2 day workshop

## Module 2 – The Plan

- Actionable 'Go to Market' Planning: Developing a comprehensive New Business Plan, defining commercial targets, ideal client profiles, communication channels, key messages, and performance metrics.
- Discuss potential agency partnerships and relevant events
- Shared in a 1/2 day workshop

## Conclusion

- Go to Market Plan and individual KPIs with a clear action plan.
- Possible on-going support – depends on agency set up

### Participants

Individual or group training for up to 5 participants per agency

### Rates

from 2 x € 1,800  
+ transport costs from london  
All training sessions are tailored

### Duration

2x 1/2 days in person  
Online pre-session

### Location

At the agency



### Trainer/Facilitator:

**Pia de Malherbe**

New business consultant, trainer and founder of The Newbiz Academy.

Over 20 years' experience in new business and marketing for agencies. Pia has helped UK agencies establish business in Europe, Asia as well as the US. She worked between London and NYC for several years developing key client accounts for several agencies. She also has experience of building up US agencies in EMEA.

### Objectives

### Audience

### Method

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Define international development goal and markets</li> <li>• Understand target markets and potential prospects</li> <li>• Develop key target areas in chosen market with tailored comms</li> <li>• Clear strategy to enter chosen markets</li> <li>• At the end of the course, participants will be able to action a 'Go to Market' strategy and plan.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Founder or MD, CEO</li> <li>• Senior Biz Dev lead</li> <li>• Senior client leads</li> </ul> <p>Anyone working in a creative agency who might be key in developing the offer abroad.</p> | <p>The course is designed to be interactive, alternating theory and practice. The emphasis is on practical exercises based on real examples workshops and methodologies are illustrated with examples and then applied in real situations.</p> |
|--|--|--|



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

# RELATION ANNONCEUR-AGENCE

Spécial Annonceur

Rédiger un brief agence efficace  
Structurer un modèle hybride studio-agences

# CONSTRUIRE ET RÉDIGER UN BRIEF AGENCE EFFICACE

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

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître leur niveau de connaissance dans la construction et la rédaction de briefs

## Module 1 – Évaluer l'impact d'un bon brief

1.1 Identifier les pré-requis d'un brief efficace, notamment les éléments essentiels à son élaboration (contexte, objectifs, public cible, contraintes, etc.).

1.2 Reconnaître les risques et les conséquences d'un mauvais brief

1.3 Atelier : Évaluer l'impact d'une bonne formulation des objectifs du brief sur la qualité des réponses des agences, et leur capacité à répondre efficacement aux attentes du client.

## Module 2 : Définir et valider l'objectif du brief

2.1 Valider les objectifs du brief (et des résultats attendus) au niveau du Comité Exécutif (Comex) en fonction des enjeux stratégiques

2.2 Vérifier la cohérence entre les objectifs assignés à la campagne et le budget alloué pour s'assurer de la faisabilité et du réalisme de la demande.

2.3 Atelier : Savoir identifier et formuler des objectifs clairs pour un brief (quantitatifs et qualitatifs) à travers des exercices pratiques et des études de cas.

## Module 3 : Identifier le pilote en charge de la rédaction du brief

3.1 Définir le profil du pilote du brief en fonction de la nature de l'agence à briefer et de l'expertise requise par le domaine du projet.

3.2 S'assurer que le pilote du brief est en capacité de répondre aux questions structurantes qui guident la rédaction du brief et /ou de collecter les informations nécessaires (accès aux données internes, conduite d'interviews avec les experts, etc.).

3.3 Atelier : Identifier les caractéristiques du pilote idéal et comprendre son rôle dans la rédaction du brief.

## Module 4 : Construire le gabarit du brief et identifier les données essentielles

4.1 Construire un gabarit de brief en identifiant les 8 questions structurantes clés

4.2 Identifier les données essentielles du référentiel de marque à partager en évitant de « noyer » l'agence sous trop d'infos non essentielles.

4.3 Enrichir le brief de données complémentaires pertinentes (inspiration campagnes existantes, premières réflexions sur la marque, expérience passée pertinente ...)

4.4 Atelier Etude de cas et benchmark de briefs suivant le gabarit du brief.

## Module 5 – Intégrer l'IA pour optimiser la rédaction des briefs

5.1. Concevoir le gabarit du brief d'agence

5.2 Apprendre à formuler des prompts qui génèrent des sections spécifiques du gabarit et des données à prendre en compte dans le référentiel de marque.

5.3 Atelier : Intégrer l'IA dans le processus de rédaction pour gagner en efficacité et en précision.

## Conclusion

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

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre l'importance du brief agence et ses enjeux pour garantir une communication efficace entre les équipes et les agences.</li> <li>• Aligner son équipe sur un gabarit de brief structuré</li> <li>• Déployer les référentiels de communication de sa marque de manière cohérente</li> <li>• Intégrer l'IA pour optimiser la rédaction des briefs,</li> <li>• A l'issue de la formation le stagiaire sera capable d'engager une rédaction efficace du brief pour son (ses) agence(s) de communication(s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonceur du public et du privé</li> <li>• Dir com / Dir marketing</li> <li>• Cadre marketing/com</li> <li>• Chef de groupe</li> <li>• Chef de produit</li> <li>• Responsable achat</li> <li>• Toute personne en relations avec la ou les agences de la marque ou amenée à gérer les compétitions et à rédiger un brief agence</li> <li>• Aucun prérequis nécessaire</li> </ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

## Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8)

## Tarifs

à partir de 3 600 € H.T/ 1jour (250€ HT par personne supplémentaire)  
Proposition sur-mesure

## Durée

1 journée/ 2 demi-journée

## Lieu

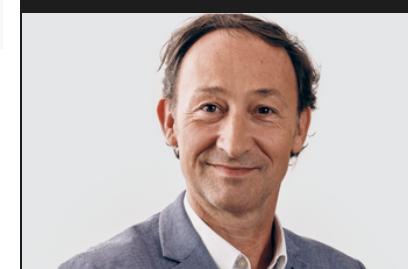
Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

## Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.  
un abonnement payant à ChatGPT par stagiaire



Catherine Saint Loubert-Bié  
formatrice et fondatrice de  
l'Académie du Newbiz



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

# STRUCTURER ET PROFESSIONNALISER SON STUDIO INTÉGRÉ

## VERS UN NOUVEAU MODÈLE DE COLLABORATION AGENCE-ANNONCEUR

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

Vous disposez aujourd’hui d’un studio intégré, au cœur de votre dispositif de communication. C'est un levier stratégique précieux pour gagner en réactivité, en cohérence de marque et en maîtrise des coûts. Mais pour que ce modèle tienne ses promesses, il est essentiel de structurer son fonctionnement, clarifier son positionnement, et professionnaliser ses pratiques.

C'est exactement dans cet esprit que l'Académie du Newbiz et des métiers de la communication propose un accompagnement sur mesure, mêlant formation et conseil, pour faire monter en compétence vos équipes internes et fluidifier les relations avec vos agences externes.

### Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître leur niveau de connaissance du fonctionnement d'un studio intégré, de ses enjeux organisationnels, et de la relation avec les directions métier et les agences externes.

### Module 1 : Maîtriser les fondamentaux d'un studio intégré performant

- 1.1 Positionner stratégiquement le studio dans l'organisation de la marque
- 1.2 Identifier les différents modèles d'organisation (centralisé, distribué, hybride)
- 1.3 Comprendre les attentes des directions métier et leurs interactions avec le studio
- 1.4 Atelier : Cartographier le positionnement actuel du studio

### Module 2 : Structurer les rôles, rituels et modes de fonctionnement

- 2.1 Définir clairement les rôles et responsabilités au sein du studio
- 2.2 Mettre en place des rituels efficaces : réunions, briefs, rétroplannings
- 2.3 Élaborer des indicateurs de performance (KPI) adaptés aux objectifs du studio
- 2.4 Atelier : Structurer les rôles, rituels et modes de fonctionnement de son équipe

### Module 3 : Fluidifier la collaboration avec les agences externes

- 3.1 Créer une complémentarité claire entre studio interne et agences externes
- 3.2 Optimiser la chaîne de production pour gagner en fluidité et réactivité
- 3.3 Assurer le rôle de facilitateur du studio dans la relation agence-annonceur
- 3.4 Atelier : Identifier les points de friction dans la relation studio / agence

### Module 4 : Appliquer sur vos cas concrets

- 4.1 Analyser des cas réels issus de vos projets
- 4.2 Cartographier les rôles, circuits de validation et points de friction
- 4.3 Co-construire un référentiel de fonctionnement adapté à votre organisation
- 4.4 Construire sa feuille de route pour faire évoluer son studio

### Conclusion

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

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Structurer l'organisation et les process du studio intégré</li> <li>• Instaurer une gouvernance claire et des rôles bien définis</li> <li>• Aligner les pratiques internes sur les méthodes éprouvées des agences</li> <li>• Clarifier la collaboration avec vos partenaires externes</li> <li>• Monter en compétence sur la gestion de projet, le brief, la recommandation, ou encore la gestion de planning et de charge</li> <li>• Idéal pour des équipes internes souhaitant professionnaliser leur fonctionnement et mieux collaborer avec leurs agences externes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonceurs du secteur public et privé disposant d'un studio ou d'une agence intégrée</li> <li>• Directeur.trice de la communication</li> <li>• Responsable du studio interne / Responsable création</li> <li>• Chef de projet</li> <li>• Responsable coordination agences / production</li> <li>• Responsable marque ou brand content</li> <li>• Toute personne en charge du pilotage ou du fonctionnement du studio intégré</li> <li>• Aucun prérequis nécessaire</li> </ul>	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>
		<p>Plus de 25 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil en Communication et Directrice Générale en charge du new business en agence de communication.</p> <p>Mise en place de process efficaces de la prospection à la compétition. De nombreux gains de budgets structurants en agence tout au long de sa carrière.</p>

### Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8)

### Tarifs

À partir de 3 600 € H.T. / jour  
Phase d'audit et recommandation préalable (sur devis)

Proposition sur-mesure selon le périmètre

### Durée

- Audit & reco: de 1 à 3 j
- Formation : modulable jusqu'à 4 jours selon besoin

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

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



### Intervenante

Catherine Saint Loubert-Bié  
Fondatrice de l'Académie du Newbiz

Plus de 25 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil en Communication et Directrice Générale en charge du new business en agence de communication.

Mise en place de process efficaces de la prospection à la compétition. De nombreux gains de budgets structurants en agence tout au long de sa carrière.



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

**L'Académie du Newbiz est un organisme de formation certifié Qualiopi qui propose des formations btoB innovantes et percutantes, conçues pour améliorer la compétence et booster le succès des agences de communication et des annonceurs dans l'écosystème de la relation agences-annonceurs.**

**L'Académie du Newbiz a pour mission, au travers de ses formations, de fournir les outils et les connaissances nécessaires aux communicants pour naviguer dans l'industrie de la création, du marketing et de l'innovation, en constante évolution.**

-----

Les formations de l'Académie du Newbiz s'adressent à tous les professionnels du marketing et de la communication – qu'ils travaillent en agence (publicité, création, design, digital, média, influence, RP...), en agence intégrée (in house), ou chez l'annonceur. Dirigeants, managers, cadres ou opérationnels : chacun y trouve des réponses concrètes pour évoluer, gagner en expertise et mieux collaborer dans l'écosystème agences-annonceurs.

Les formations privilégient l'interactivité. Théorie et pratique sont alternées. La réflexion, l'échange sont privilégiés et la mise en pratique se fait tout au long de la formation à partir de cas vécus par les participants.

-----

**Les formations se font en intra-entreprise, en présentiel ou classe virtuelle chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire.  
Les formations sont organisables en sur-mesure.**



*l'Académie  
du Newbiz*



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

ACTIONS DE FORMATION

## [LE CERCLE DES EXPERTS ]

Un collectif stratégique pour accompagner la transformation des agences

Les agences de communication et de marketing traversent une période de mutation profonde : intensification de la concurrence, essor de l'IA, nouvelles attentes RSE, fatigue des modèles classiques... Face à ces défis, l'Académie du Newbiz crée le Cercle des Experts, un collectif de formateurs-experts, pour la plupart, anciens dirigeants ou managers d'agences, réunis autour d'un même objectif : aider les agences à rester pertinentes, rentables et attractives.

Le Cercle des Experts agit sur trois leviers :

1 – Penser les mutations à l'œuvre dans le secteur, grâce à une veille terrain continue et une analyse collective des signaux faibles.

**2– Former les équipes avec des contenus à la fois stratégiques et opérationnels, conçus avec méthode et pédagogie, toujours en avance sur leur temps.**

3- Partager les savoirs issus du terrain, à travers des publications, témoignages et ressources concrètes pour faire progresser la profession

Aujourd'hui réservé aux formateurs de l'Académie du Newbiz, le Cercle a vocation à s'ouvrir à d'autres profils (martech, recherche, média...) pour enrichir la réflexion collective.

**Un réseau d'experts engagés pour bâtir les agences de demain.**



*l'Académie  
du Newbiz*



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

## [MODALITÉS DES FORMATIONS ]

(valables pour toutes les formations, sauf précision contraire dans la fiche formation)

### PARTICIPANTS

Formation individuelle ou collective, limitée à 5 stagiaires.  
(Effectif ajusté si précisé dans la fiche formation.)

### TARIFS

2 600 € HT par journée de formation (soit 2 x 2 600 € HT pour 2 jours)  
250 € HT / jour / personne supplémentaire (jusqu'à 8 participants)  
250 € HT par devis de frais administratif  
Un devis sera établi sur demande

Durée : 7 heures/jour  
Horaires : 9h00 – 17h30  
Format : Intra-entreprise

### LIEU

Chez le bénéficiaire ou dans un lieu de son choix, à sa charge.

### MOYENS MOBILISÉS

Support projeté de formation  
Ordinateurs individuels et connexion Wi-Fi requis  
Moyens complémentaires précisés dans chaque fiche formation

---

**Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité.**

**Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés)  
avec un délai de réalisation d'1 mois minimum.**

**Réservation, contact et informations :**  
**catherine@lacademie-du-newbiz.com**



**l'Académie  
du Newbiz**



Catherine Saint Loubert  
catherine@lacademie-du-newbiz.com

<https://www.linkedin.com/in/catherine-saint-loubert/>  
+33 (0)6 60 37 15 62



l'Académie  
du Newbiz



BRONZE | Top 35%  
ecovadis  
Sustainability Rating  
MAR 2024

Qualiopi  
processus certifié  
REpublique Francaise

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

