

2025

K4



www.kalyannyhay.com

Catalogue

DES FORMATIONS

01

Communication digitale

- Formation Concevoir sa stratégie digitale et Communiquer sur les Réseaux Sociaux
- Formation Stratégie de Contenu et Rédaction Éditoriale
- Formation Créer des visuels professionnels et impactants avec Canva

02

Réseaux sociaux

- Formation Facebook
- Formation Instagram
- Formation LinkedIn (les fondamentaux)
- Formation Développer son personal branding sur LinkedIn
- Formation LinkedIn (Sales navigator)
- Formation LinkedIn : Développer un programme d'Employee Advocacy
- Formation Pinterest
- Formation YouTube

03

E-publicité & Ads

- Formation LinkedIn Ads
- Formation Meta Ads (Facebook/ Instagram)
- Formation Pinterest Ads

04

E-commerce

- Formation Créer son site avec Shopify
- Formation Optimiser les ventes avec Shopify

05

Emailing

- Créer et Optimiser ses Newsletters
- Stratégie Emailing et Automatisation Marketing

06

Marque Employeur et Marketing RH

- Formation Construire et valoriser sa marque employeur sur le digital
- Formation Marketing RH et engagement collaborateur
- Formation Recruter efficacement avec le digital et LinkedIn

07

Référencement Local

- Formation Créer et optimiser sa fiche Google My Business
- Formation SEO LOCAL

Communication

digitale

CONCEVOIR SA STRATÉGIE DIGITALE ET COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux et les leviers d'une stratégie digitale efficace.
- Définir et structurer une stratégie digitale adaptée à leur entreprise.
- Élaborer une ligne éditoriale cohérente et engageante.
- Maîtriser les réseaux sociaux et leurs spécificités pour maximiser l'impact.
- Suivre et analyser les performances pour ajuster leur stratégie digitale.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à la stratégie digitale et définition des objectifs

- Comprendre le paysage digital et les tendances actuelles.
- Identifier les enjeux d'une stratégie digitale performante.
- Définition des objectifs SMART en fonction des cibles et du marché.
- *Atelier pratique : Élaboration des objectifs stratégiques pour chaque participant.*

Module 2 : Construction de la stratégie de contenu

- Élaboration d'une ligne éditoriale efficace.
- Choix des formats de contenu adaptés aux différents canaux.
- Planification et automatisation des publications.
- *Exercice : Création d'un calendrier éditorial stratégique.*

Module 3 : Utilisation des réseaux sociaux pour booster la visibilité

- Présentation des réseaux sociaux et leurs spécificités (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Pinterest, Twitter).
- Élaboration d'une stratégie de communication par réseau.
- Engagement et interaction : bonnes pratiques pour animer sa communauté.
- *Atelier pratique : Création de contenus adaptés à chaque plateforme.*

Module 4 : Publicité et acquisition de trafic sur les réseaux sociaux

- Introduction aux Social Ads : Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads.
- Définition des audiences et paramétrage des campagnes.
- Suivi et optimisation des campagnes publicitaires.
- *Exercice : Mise en place d'une première campagne publicitaire test.*

Module 5 : Analyse des performances et optimisation de la stratégie

- Utilisation des outils d'analyse (Google Analytics, Facebook Insights, LinkedIn Analytics).
- Lecture des KPI et ajustement des actions en fonction des résultats.
- Élaboration d'un plan d'action post-formation.
- *Évaluation finale : Présentation d'une stratégie digitale complète.*

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs et freelances.
- Responsables marketing et communication.
- Community managers.
- Toute personne souhaitant développer la visibilité en ligne de son activité, de son entreprise ou de ses projets.

PRÉ-REQUIS

- Une connaissance de base des outils numériques est un plus, sans être obligatoire.
- Avoir un ordinateur portable et une connexion internet

DURÉE

5 jours (35 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif est établi en fonction de la durée de la formation, du lieu d'intervention et des besoins spécifiques éventuels.) Le tarif est identique pour un groupe de 1 à 6 participants en intra-entreprise. Un devis personnalisé est réalisé après analyse de votre demande.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

CONCEVOIR SA STRATÉGIE DIGITALE ET COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Ce programme offre une approche complète pour concevoir une stratégie digitale structurée, cohérente et efficace. Il permet aux participants de maîtriser les fondamentaux du marketing digital, de développer leur visibilité en ligne et de piloter des actions adaptées à leurs objectifs. La formation peut être ajustée en fonction des besoins spécifiques de l'entreprise ou du profil des participants.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et analyse de stratégies performantes.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Validation : Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur la stratégie digitale et les réseaux sociaux.
- Modèles de planning éditorial et fiches pratiques.
- Ressources et outils d'analyse des performances.



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

CRÉER SA STRATÉGIE DE CONTENU ET RÉDACTION ÉDITORIALE

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Élaborer une stratégie de contenu alignée avec leurs objectifs marketing.
- Définir une ligne éditoriale pertinente et engageante.
- Produire des contenus adaptés aux différents canaux digitaux.
- Optimiser leur contenu pour le référencement naturel (SEO).
- Suivre et analyser les performances de leur stratégie éditoriale.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Fondamentaux de la stratégie de contenu

- Comprendre l'importance du content marketing.
- Définition des objectifs et des personas.
- Structurer une ligne éditoriale et un message de marque.
- *Atelier pratique : Élaboration d'une ligne éditoriale adaptée à son audience.*

Module 2 : Planification et production de contenu

- Construire un calendrier éditorial efficace.
- Choisir les formats adaptés (articles, vidéos, infographies, podcasts).
- Techniques de rédaction persuasive et storytelling.
- *Exercice : Création d'un calendrier éditorial et rédaction d'un premier contenu.*

Module 3 : Optimisation SEO et diffusion multicanale

- Intégrer les bonnes pratiques SEO dans la rédaction web.
- Stratégies de diffusion sur les réseaux sociaux et newsletters.
- Automatisation et outils de gestion de contenu.
- *Atelier pratique : Optimisation SEO et publication d'un article.*

Module 4 : Engagement et interaction avec l'audience

- Stratégies pour générer de l'engagement.
- Interaction avec sa communauté et gestion des commentaires.
- Bonnes pratiques de modération et gestion de crise.
- *Exercice : Mise en place d'une stratégie d'engagement et interaction avec l'audience.*

Module 5 : Analyse et ajustement de la stratégie éditoriale

- Utilisation des outils de suivi et d'analyse (Google Analytics, Meta Insights, SEMrush).
- Mesurer l'impact des contenus et ajuster sa stratégie.
- Élaboration d'un plan d'optimisation continue.
- *Évaluation finale : Présentation d'une stratégie de contenu optimisée.*

Ce programme propose une approche complète pour construire une stratégie de contenu cohérente, optimisée et performante. Il permet aux participants de structurer leur ligne éditoriale, de produire des contenus adaptés aux canaux digitaux, et d'améliorer leur visibilité grâce aux bonnes pratiques SEO. La formation est conçue pour être modulable et personnalisée en fonction des objectifs spécifiques de l'entreprise ou du profil des participants.

PUBLIC VISÉ

- Responsables marketing, communication ou commercial,
- Entrepreneurs, indépendants et freelances,
- Community managers, créateurs de contenu et rédacteurs web,
- Toute personne souhaitant structurer une stratégie de contenu efficace et professionnelle

PRÉ-REQUIS

- Avoir un ordinateur portable et une connexion internet
- Avoir une première expérience ou un projet nécessitant la création de contenus digitaux (site web, blog, réseaux sociaux...)

DURÉE

5 jours (35 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif est établi en fonction de la durée de la formation, du lieu d'intervention et des éventuels besoins spécifiques. Un devis personnalisé est réalisé après analyse de votre demande.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

CRÉER SA STRATÉGIE DE CONTENU ET RÉDACTION ÉDITORIALE

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de stratégies existantes.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Validation : Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur la stratégie de contenu et la rédaction.
- Modèles de plannings éditoriaux et fiches pratiques.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

MAÎTRISER CANVA POUR UNE COMMUNICATION VISUELLE IMPACTANTE

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Prendre en main l'interface Canva (version gratuite ou Pro)
- Concevoir des visuels simples et efficaces (post, story, flyer, bannière...)
- Appliquer les règles de base du design graphique pour une communication cohérente
- Exporter et partager leurs créations selon les usages (print, web, vidéo)

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Prise en main de Canva et découverte de l'environnement

- Comprendre l'interface de Canva (version gratuite et Pro).
- Navigation dans le tableau de bord et exploration des modèles.
- Présentation des fonctionnalités clés : éléments, textes, arrière-plans, uploads.
- Atelier pratique : Réalisation d'un premier visuel simple à partir d'un modèle.

Module 2 : Créer des visuels simples et percutants

- Choix du bon format selon le support (réseaux sociaux, print, web).
- Ajout et personnalisation de textes, images, formes, couleurs.
- Respect des bonnes pratiques : lisibilité, équilibre, simplicité.
- *Atelier pratique : Création d'un post Instagram à partir d'un brief fictif.*

Module 3 : Appliquer les principes de design visuel

- Apports clés en design graphique : hiérarchie visuelle, alignement, cohérence.
- Utilisation de la charte graphique ou des codes visuels de l'entreprise.
- Analyse critique de visuels : identifier les points d'amélioration.
- *Exercice : Transformer un visuel "brouillon" en une création professionnelle.*

Module 4 : Exporter, partager et valoriser ses créations

- Formats d'export : JPEG, PNG, PDF, MP4 (vidéo), lien collaboratif.
- Ajustement des dimensions pour les différents usages (réseaux, impression...).
- Bonnes pratiques pour nommer, organiser et diffuser ses visuels.
- *Atelier final : Création libre d'un visuel professionnel selon les besoins du participant, avec feedback personnalisé.*

Ce programme permet de découvrir et maîtriser Canva afin de concevoir facilement des visuels percutants pour le web et les réseaux sociaux. Les participants apprennent à utiliser les fonctionnalités essentielles de l'outil, à appliquer les bases du design visuel, et à produire des créations graphiques professionnelles, adaptées à leurs objectifs de communication. Une formation concrète et accessible, pensée pour les non-designers.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, freelances et porteurs de projet,
- Responsables marketing ou communication,
- Community managers et créateurs de contenu,
- Salariés ou indépendants souhaitant améliorer leur image de marque.

PRÉ-REQUIS

- Avoir un compte Canva (gratuit ou pro) ou être disposé à en créer un,
- Avoir un besoin identifié de création visuelle (site web, réseaux sociaux, supports de com...).
- Avoir un ordinateur portable et une connexion internet.

DURÉE

1 jour (7 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

MAÎTRISER CANVA POUR UNE COMMUNICATION VISUELLE IMPACTANTE

Ce programme permet de découvrir et maîtriser Canva afin de concevoir facilement des visuels percutants pour le web et les réseaux sociaux. Les participants apprennent à utiliser les fonctionnalités essentielles de l'outil, à appliquer les bases du design visuel, et à produire des créations graphiques professionnelles, adaptées à leurs objectifs de communication. Une formation concrète et accessible, pensée pour les non-designers.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et analyse de stratégies performantes.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Validation : Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Diaporama de présentation des principes et fonctionnalités Canva
- Modèles Canva partagés pour les ateliers (via lien collaboratif)
- Quiz de positionnement (Google Form ou outil intégré)
- Grilles d'observation et critères d'évaluation
- Accès à un espace de ressources complémentaires (PDF, tutoriels vidéo)



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

Réseaux Sociaux

FACEBOOK : LES FONDAMENTAUX

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre l'algorithme et les opportunités offertes par Facebook.
- Créer et optimiser une page Facebook professionnelle.
- Élaborer une stratégie de contenu efficace pour Facebook.
- Utiliser les fonctionnalités avancées (groupes, événements, live, etc.).
- Analyser les performances et ajuster sa stratégie.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre Facebook et optimiser sa page

- Présentation de Facebook : chiffres clés et tendances.
- Création et configuration d'une page professionnelle.
- Optimisation du profil : bio, bannière, informations clés.
- *Atelier pratique : Mise en place et optimisation d'une page Facebook.*

Module 2 : Création de contenu et animation de communauté

- Les formats de contenu : publications, vidéos, événements, live.
- Bonnes pratiques pour rédiger des posts engageants et choisir les bons hashtags.
- Gestion des interactions et animation d'une communauté.
- *Exercice : Création et planification de plusieurs types de publications.*

Module 3 : Stratégie et analyse des performances

- Élaboration d'un calendrier éditorial Facebook.
- Outils de planification et d'automatisation.
- Analyse des statistiques Facebook Insights et ajustement de la stratégie.
- *Évaluation finale : Présentation d'une stratégie Facebook optimisée.*

Ce programme permet aux participants de maîtriser les bases de Facebook pour développer la visibilité de leur entreprise. Il allie théorie et pratique pour adapter l'usage de la plateforme aux objectifs spécifiques de chaque structure.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et analyse de comptes performants.
- Exercices interactifs et retours personnalisés.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et simulations.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides PDF détaillés sur les meilleures pratiques Facebook.
- Modèles de contenus et templates.
- Ressources pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, commerçants et freelances,
- Responsables marketing et communication,
- Community managers débutants,
- Toute personne souhaitant utiliser Facebook dans un cadre professionnel.

PRÉ-REQUIS

- Avoir un compte Facebook (ou être prêt à en créer un).
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion Internet.

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

INSTAGRAM : LES FONDAMENTAUX

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre l'algorithme et les opportunités offertes par Instagram.
- Créer et optimiser un compte professionnel sur Instagram.
- Élaborer une stratégie de contenu engageante.
- Maîtriser les fonctionnalités avancées (stories, reels, IGTV, etc.).
- Analyser les performances et ajuster sa stratégie.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre Instagram et optimiser son compte

- Présentation d'Instagram : statistiques clés et tendances.
- Création et configuration d'un compte professionnel.
- Optimisation du profil : bio, lien, photo de profil, highlights.
- *Atelier pratique : Mise en place et optimisation d'un compte Instagram.*

Module 2 : Création de contenu et engagement

- Les formats de contenu : feed, stories, reels, IGTV, guides.
- Bonnes pratiques pour rédiger des légendes impactantes et choisir les bons hashtags.
- Techniques d'engagement et animation de communauté.
- *Exercice : Création d'un post, d'une story et d'un reel optimisé.*

Module 3 : Stratégie et analyse des performances

- Élaboration d'un calendrier éditorial Instagram.
- Outils de planification et d'automatisation.
- Analyse des insights et ajustement de la stratégie.
- *Évaluation finale : Présentation d'une stratégie de contenu Instagram.*

Ce programme offre une approche complète pour maîtriser la communication sur Instagram et développer une présence efficace sur cette plateforme sociale. Il permet aux participants de créer un compte professionnel optimisé, de publier du contenu engageant et d'analyser les performances. La formation peut être adaptée selon les besoins spécifiques de l'entreprise ou du public formé.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et analyse de comptes performants.
- Exercices interactifs et retours personnalisés.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et simulations.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides PDF détaillés sur les meilleures pratiques Instagram.
- Modèles de contenus et templates.
- Ressources pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, commerçants, artisans et freelances,
- Responsables communication, marketing ou développement,
- Community managers débutants ou créateurs de contenu,
- Toute personne en reconversion ou souhaitant développer sa présence sur Instagram.

PRÉ-REQUIS

- Avoir un compte Instagram (ou être prêt à en créer un).
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion Internet.

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

LINKEDIN : LES FONDAMENTAUX

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement de LinkedIn et son algorithme.
- Optimiser leur profil personnel pour développer leur visibilité.
- Développer leur réseau de manière stratégique.
- Publier du contenu engageant et utiliser LinkedIn comme outil de communication.
- Analyser leurs performances et ajuster leur stratégie.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à LinkedIn et optimisation du profil

- Présentation de LinkedIn et de son rôle dans le networking professionnel.
- Comprendre l'algorithme LinkedIn et son impact sur la visibilité.
- Optimisation du profil : photo, titre, résumé, expériences, compétences, recommandations.
- *Atelier pratique : Audit et optimisation des profils des participants.*

Module 2 : Construire et développer son réseau LinkedIn

- Stratégie de networking : à qui envoyer des invitations et comment structurer son réseau.
- Bonnes pratiques pour envoyer et répondre aux invitations.
- Utilisation des groupes et participation aux discussions.
- *Exercice : Création d'une liste de contacts stratégiques et envoi de demandes personnalisées.*

Module 3 : Création et gestion de contenu sur LinkedIn

- Les différents types de publications : posts, articles, vidéos, carrousels, newsletters.
- Élaboration d'une stratégie éditoriale adaptée à son audience.
- Bonnes pratiques pour générer de l'engagement (commentaires, partages, hashtags).
- *Atelier pratique : Rédaction et publication d'un post optimisé.*

Module 4 : Interaction et positionnement en tant qu'expert

- Importance des interactions et de l'engagement (commenter, partager, liker stratégiquement).
- Construire une autorité et se positionner en expert sur son secteur.
- Étude de cas : Profils influents sur LinkedIn et leurs stratégies.
- *Cas pratique : Analyse des profils et interactions des influenceurs LinkedIn.*

Module 5 : Analyse des performances et ajustements stratégiques

- Outils d'analyse de LinkedIn : statistiques de posts, SSI (Social Selling Index), performance du profil.
- Ajuster sa stratégie de contenu en fonction des résultats et des KPI.
- Élaboration d'un plan d'action post-formation pour continuer à progresser.
- *Évaluation finale : Présentation d'une stratégie LinkedIn personnalisée.*

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, dirigeants de TPE/PME et freelances,
- Responsables marketing, communication ou RH,
- Professionnels en recherche d'emploi ou en reconversion,
- Toute personne souhaitant optimiser son profil LinkedIn et utiliser le réseau de manière stratégique.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte LinkedIn actif (ou être prêt à en créer un),
- Avoir un ordinateur connecté à Internet,

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

LINKEDIN : LES FONDAMENTAUX

Ce programme offre une approche complète pour maîtriser la communication sur LinkedIn et développer une présence professionnelle efficace. Il permet aux participants de créer un profil optimisé, de construire un réseau pertinent et de publier des contenus adaptés à leurs objectifs. La formation s'ajuste aux besoins spécifiques de l'entreprise ou des profils accompagnés

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance de théorie et d'ateliers pratiques.
- Études de cas concrets et mises en situation.

Modalités d'évaluation

- Quiz et exercices pratiques.
- Évaluation continue par la mise en application des concepts.
- Présentation finale d'une stratégie LinkedIn complète.
- Validation : Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Présentations et documents PDF.
- Modèles de profils LinkedIn optimisés.
- Exercices pratiques et études de cas.
- Accès à des ressources complémentaires en ligne.



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

DÉVELOPPER SON PERSONAL BRANDING SUR LINKEDIN

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir et développer leur marque personnelle sur LinkedIn.
- Construire une communication cohérente et engageante.
- Optimiser leur profil pour refléter leur expertise et attirer des opportunités.
- Produire du contenu impactant et interagir efficacement avec leur audience.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Construire et optimiser sa marque personnelle

- Définition du Personal Branding et son importance sur LinkedIn.
- Les éléments clés d'un profil optimisé et percutant.
- Techniques pour mettre en avant son expertise et son storytelling.
- Atelier pratique : Audit et amélioration du profil LinkedIn.

Module 2 : Développer une communication authentique et impactante

- Stratégie de contenu pour le personal branding.
- Formats de publications adaptés à LinkedIn (posts, articles, vidéos, newsletters).
- Engager son audience : techniques pour générer des interactions.
- Exercice : Création d'un premier post engageant.

Module 3 : Accroître son influence et maximiser les opportunités

- Développement de son réseau : qui et comment ajouter des connexions stratégiques ?
- Techniques d'interaction et de réseautage actif.
- Analyse des performances : mesurer l'impact de son Personal Branding.
- Évaluation finale : Présentation et optimisation d'une stratégie LinkedIn personnalisée.

Ce programme offre une approche complète pour développer sa marque personnelle sur LinkedIn et accroître sa visibilité professionnelle. Les participants apprennent à optimiser leur profil, structurer leur présence en ligne et publier du contenu à forte valeur ajoutée. La formation s'adapte aux objectifs de l'entreprise et aux profils des participants.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et décryptage de profils influents.
- Exercices interactifs et retours personnalisés.

Modalités d'évaluation

- Quiz de validation des acquis.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guide PDF sur le Personal Branding.
- Modèles de messages et templates de publications.
- Ressources et outils d'analyse de performance

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, dirigeants de TPE/PME et freelances,
- Responsables marketing, communication ou RH,
- Professionnels en recherche d'emploi ou en reconversion,
- Toute personne souhaitant optimiser son profil LinkedIn et utiliser le réseau de manière stratégique.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte LinkedIn actif (ou être prêt à en créer un)
- Avoir un ordinateur connecté à Internet

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

PROSPECTION AVEC LINKEDIN SALES NAVIGATOR

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement et les avantages de LinkedIn Sales Navigator.
- Utiliser les outils de prospection avancée pour identifier des prospects qualifiés.
- Optimiser leur pipeline commercial et structurer leur approche de prospection.
- Engager des conversations efficaces et maximiser le taux de conversion.
- Suivre et analyser leurs performances pour améliorer leurs actions commerciales.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction et paramétrage de LinkedIn Sales Navigator

- Présentation des fonctionnalités et des avantages de Sales Navigator.
- Paramétrage du compte et personnalisation de l'interface.
- Création et gestion des listes de prospects.
- *Atelier pratique : Configuration du compte et mise en place d'une première recherche.*

Module 2 : Recherche avancée et segmentation des prospects

- Utilisation des filtres avancés pour identifier les bons prospects.
- Segmentation des prospects en fonction des critères de ciblage.
- Automatisation de la veille commerciale et des alertes.
- *Exercice : Mise en place d'une stratégie de prospection ciblée.*

Module 3 : Approche commerciale et engagement des prospects

- Stratégies pour établir un premier contact efficace.
- Rédaction de messages de prospection personnalisés.
- Techniques d'engagement et de suivi des prospects.
- *Atelier pratique : Rédaction et envoi de messages de prospection.*

Module 4 : Optimisation du pipeline commercial et suivi des performances

- Gestion des opportunités et des interactions avec les prospects.
- Intégration de Sales Navigator dans un CRM.
- Analyse des indicateurs de performance et optimisation des actions.
- *Exercice : Élaboration d'un plan d'actions commerciales sur LinkedIn.*

Module 5 : Stratégie long terme et automatisation de la prospection

- Développement d'une approche relationnelle durable.
- Automatisation des tâches et des relances sans perte de personnalisation.
- Cas pratiques et retours d'expériences.
- *Évaluation finale : Présentation et optimisation d'une stratégie Sales Navigator.*

PUBLIC VISÉ

- Commerciaux, responsables de comptes et business developers.
- Entrepreneurs souhaitant développer leur clientèle B2B.
- Responsables marketing et communication souhaitant appuyer la prospection commerciale.

PRÉ-REQUIS

- Avoir un profil LinkedIn (ou être prêt à en créer un).
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet.
- Disposer d'un abonnement LinkedIn Sales Navigator (ou être prêt à le tester pendant la formation).
- Connaissance des bases de LinkedIn et de la prospection B2B.

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

PROSPECTION AVEC LINKEDIN SALES NAVIGATOR

Ce programme offre une approche complète pour exploiter le potentiel de LinkedIn Sales Navigator dans une démarche commerciale ciblée. Les participants apprennent à identifier, qualifier et entrer en relation avec des prospects de manière stratégique. La formation peut être personnalisée selon les objectifs commerciaux de l'entreprise et les profils des utilisateurs.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas concrets et retours d'expériences.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et simulations de prospection.
- Quiz de validation des acquis.
- Présentation finale d'une stratégie LinkedIn Sales Navigator.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Tutoriels et guides PDF détaillés.
- Modèles de messages et scripts de prospection.
- Accès à des outils d'analyse et de suivi des performances.



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

DÉVELOPPER UN PROGRAMME D'EMPLOYEE ADVOCACY SUR LINKEDIN

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux et bénéfices de l'Employee Advocacy sur LinkedIn.
- Mettre en place une stratégie de mobilisation des collaborateurs.
- Former les équipes à une utilisation optimisée de LinkedIn.
- Créer du contenu engageant et authentique pour valoriser l'entreprise.
- Suivre et analyser l'impact du programme d'advocacy.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre et structurer un programme d'Employee Advocacy

- Définition et enjeux de l'Employee Advocacy.
- Bénéfices pour l'entreprise et les collaborateurs.
- Identifier les ambassadeurs internes et structurer un programme d'advocacy.
- *Atelier pratique : Élaboration du plan stratégique du programme Employee Advocacy.*

Module 2 : Former et engager les collaborateurs sur LinkedIn

- Bonnes pratiques pour optimiser son profil LinkedIn.
- Sensibiliser et motiver les équipes à partager du contenu.
- Rédaction et diffusion de messages engageants et authentiques.
- *Exercice : Amélioration des profils LinkedIn et création de premiers posts.*

Module 3 : Suivi, optimisation et mesure de l'impact

- Outils pour suivre et mesurer l'efficacité du programme (LinkedIn Analytics, Social Selling Index).
- Techniques pour favoriser l'engagement et l'implication continue des collaborateurs.
- Étude de cas et retours d'expérience sur des programmes d'advocacy réussis.
- *Évaluation finale : Élaboration d'une feuille de route pour le déploiement d'un programme Employee Advocacy.*

Ce programme offre une approche complète pour structurer et déployer une stratégie d'Employee Advocacy sur LinkedIn. Les participants apprennent à valoriser la parole des collaborateurs, à amplifier la visibilité de l'entreprise et à engager les équipes autour d'une communication authentique.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas concrets et retours d'expériences.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et simulations de prospection.
- Quiz de validation des acquis.
- Présentation finale d'une stratégie LinkedIn Sales Navigator.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Tutoriels et guides PDF détaillés.
- Modèles de messages et scripts de prospection.
- Accès à des outils d'analyse et de suivi des performances.

PUBLIC VISÉ

- Responsables communication, marketing ou RH,
- Dirigeants de TPE/PME et managers d'équipe,
- Chargés de marque employeur ou de recrutement,
- Toute personne impliquée dans la stratégie de visibilité ou de notoriété de l'entreprise sur LinkedIn.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte LinkedIn actif,
- Avoir une connaissance de base de LinkedIn en tant qu'utilisateur,
- Être impliqué(e) dans la stratégie de communication ou RH de son entreprise,
- Avoir un objectif défini de mobilisation des collaborateurs ou de valorisation de la marque employeur.

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

PINTEREST : LES FONDAMENTAUX

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement de Pinterest et ses opportunités marketing.
- Créer et optimiser un compte Pinterest professionnel.
- Élaborer une stratégie de contenu visuel efficace.
- Maîtriser les outils d'analyse pour mesurer l'impact des publications.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre Pinterest et créer un compte optimisé

- Introduction à Pinterest : audience, algorithmes et opportunités.
- Création et paramétrage d'un compte professionnel.
- Optimisation du profil : description, URL, image de marque.
- *Atelier pratique : Mise en place et configuration du compte Pinterest.*

Module 2 : Stratégie de contenu et gestion des épingles

- Les formats de contenus et types d'épingles (standards, vidéo, carrousel, idées).
- Élaboration d'une ligne éditoriale et d'un calendrier de publication.
- Bonnes pratiques pour créer des visuels engageants.
- *Exercice : Création d'épingles optimisées avec Canva et Pinterest Creator Studio.*

Module 3 : Optimisation et analyse des performances

- Stratégies de référencement sur Pinterest (SEO des épingles et des tableaux).
- Utilisation de Pinterest Analytics pour mesurer les résultats.
- Techniques pour accroître son audience et générer du trafic.
- *Évaluation finale : Élaboration d'une stratégie de contenu Pinterest complète.*

Ce programme offre une approche complète pour maîtriser Pinterest en tant que levier de visibilité et de trafic qualifié. Les participants apprennent à créer un compte professionnel, concevoir des épingles performantes et organiser des tableaux cohérents avec leur univers de marque. La formation peut être adaptée aux besoins spécifiques de l'entreprise ou des participants.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et décodage de comptes Pinterest performants.
- Exercices interactifs et retours personnalisés.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et simulations.
- Quiz de validation des acquis.
- Présentation finale d'une stratégie Pinterest.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Tutoriels et guides PDF détaillés.
- Modèles de visuels et templates d'épingles.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, artisans, créateurs et freelances,
- Responsables marketing ou communication,
- Community managers et créateurs de contenu,
- Professionnels de la décoration, du lifestyle, de la mode, du DIY, de la food ou du tourisme.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un ordinateur connecté à Internet,
- Avoir un compte Pinterest actif (ou être prêt à en créer un),
- Avoir un besoin identifié en communication visuelle ou en promotion de contenus / produits.

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

YOUTUBE : DÉVELOPPER ET MONÉTISER SA CHAÎNE

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Créer et optimiser une chaîne YouTube professionnelle.
- Développer une stratégie de contenu efficace et engageante.
- Maîtriser les techniques de tournage, montage et publication.
- Optimiser le référencement (SEO) des vidéos pour gagner en visibilité.
- Monétiser son contenu et comprendre les sources de revenus YouTube.
- Analyser les performances et ajuster sa stratégie en fonction des résultats.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à YouTube et à son écosystème

- Comprendre l'algorithme de YouTube et ses principes de mise en avant.
- Analyse des tendances et des formats populaires.
- Étude des opportunités de visibilité et de monétisation.

Module 2 : Création et paramétrage d'une chaîne YouTube

- Création d'un compte et paramétrage des informations essentielles.
- Branding : choix du nom, bannière, description et liens externes.
- Organisation des playlists et structuration des vidéos.

Module 3 : Stratégie de contenu et storytelling

- Définir son positionnement et son audience cible.
- Construire un calendrier éditorial efficace.
- Techniques de storytelling et d'engagement pour capter l'attention.

Module 4 : Techniques de tournage et de montage vidéo

- Matériel recommandé : caméra, éclairage, micro, fond.
- Tournage : réglages, angles de prise de vue et bonnes pratiques.
- Montage : introduction aux logiciels (Premiere Pro, Final Cut, CapCut...).
- Ajout d'effets, sous-titres et musique libre de droits.

Module 5 : Optimisation et référencement YouTube (SEO)

- Importance des titres, descriptions et tags.
- Création de miniatures attractives.
- Utilisation des chapitres et des fiches interactives.
- Stratégies pour booster l'engagement (likes, commentaires, partages).

Module 6 : Monétisation et sources de revenus YouTube

- AdSense et règles de monétisation.
- Sponsoring et partenariats avec des marques.
- Affiliation et produits digitaux.
- Utilisation de YouTube Shopping et des abonnements payants.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, freelances, coaches et formateurs,
- Créateurs de contenu et influenceurs débutants,
- Responsables communication ou marketing digital,
- Toute personne souhaitant valoriser son expertise ou promouvoir ses produits/services par la vidéo.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un ordinateur connecté à Internet,
- Disposer d'un compte Google actif (et idéalement d'une chaîne YouTube),

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

YOUTUBE : DÉVELOPPER ET MONÉTISER SA CHAÎNE

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 7 : Promotion et développement de sa chaîne

- Stratégies pour générer du trafic depuis d'autres plateformes (Instagram, TikTok, blog..).
- Collaborations et influenceurs : comment booster sa visibilité.
- Campagnes publicitaires YouTube Ads pour promouvoir ses vidéos.

Module 8 : Analyser les performances et ajuster sa stratégie

- Lecture et interprétation des statistiques YouTube Studio.
- Indicateurs clés de performance : watch time, taux de clic, engagement.
- Optimisation continue : test A/B, contenu evergreen, vidéos tendances.

Ce programme offre une approche complète pour structurer, développer et valoriser une chaîne YouTube de manière professionnelle. Les participants apprennent à créer des contenus efficaces, optimiser leur visibilité et mettre en place une stratégie de monétisation. La formation peut être personnalisée selon les objectifs de l'entreprise ou des participants.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance théorie/pratique : Chaque session comprend des exercices appliqués.
- Mises en situation : Tournage et montage d'une première vidéo.
- Études de cas : Analyse de chaînes YouTube performantes.
- QCM & évaluation continue : Vérification des acquis à chaque module.

Modalités d'évaluation

- Évaluation formative : exercices pratiques à chaque étape.
- Évaluation finale : chaque participant doit publier une vidéo optimisée.
- Validation : Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guide PDF récapitulatif des meilleures pratiques YouTube.
- Modèles de script vidéo et de description optimisée.



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

E-Publicité

META ADS : VENDRE SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement de la publicité sur Facebook et Instagram.
- Paramétrer un compte Meta Business Manager et créer des campagnes publicitaires.
- Optimiser les ciblages et les formats d'annonces.
- Analyser les performances et ajuster les campagnes pour maximiser le retour sur investissement.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à Meta Ads et configuration

- Présentation de Meta Ads : opportunités et enjeux.
- Création et paramétrage d'un compte Meta Business Manager.
- Configuration des pixels et événements de conversion.
- *Atelier pratique : Mise en place du Business Manager et configuration des pixels.*

Module 2 : Création et gestion des campagnes publicitaires

- Définition des objectifs publicitaires et choix des KPI.
- Les formats d'annonces et placements (stories, carrousels, vidéos, etc.).
- Paramétrage des audiences et stratégies de ciblage avancées.
- *Exercice : Création et paramétrage d'une campagne publicitaire.*

Module 3 : Optimisation et analyse des performances

- Utilisation du gestionnaire de publicités et des outils d'analyse.
- Suivi des conversions et ajustements stratégiques.
- Tests A/B et optimisation du budget publicitaire.
- *Évaluation finale : Analyse et optimisation d'une campagne existante.*

Ce programme permet de maîtriser la publicité sur Facebook et Instagram, de la création de campagnes performantes à l'analyse des résultats. Les participants apprennent à structurer une stratégie publicitaire adaptée à leurs objectifs. La formation est personnalisable selon les besoins de l'entreprise.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur la publicité Meta Ads.
- Modèles de stratégies publicitaires.
- Ressources et outils d'analyse de campagnes.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, freelances et e-commerçants,
- Responsables communication, marketing ou acquisition,
- Community managers et créateurs de contenu,
- Toute personne impliquée dans la stratégie digitale ou commerciale d'une entreprise.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte professionnel Facebook et/ou Instagram,
- Avoir créé (ou être prêt à créer) un Business Manager Meta,
- Disposer d'un ordinateur connecté à Internet,

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

PINTEREST ADS : VENDRE SUR PINTEREST

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement de la publicité sur Pinterest.
- Mettre en place une campagne publicitaire efficace.
- Optimiser les formats d'annonces et le ciblage pour maximiser les conversions.
- Analyser les performances et ajuster les campagnes.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à Pinterest Ads et paramétrage

- Présentation de la plateforme publicitaire de Pinterest.
- Création et configuration du compte publicitaire.
- Exploration des objectifs de campagne et choix des KPI.
- *Atelier pratique : Configuration d'un compte publicitaire Pinterest.*

Module 2 : Création et gestion des campagnes publicitaires

- Les formats d'annonces disponibles (Standard, Vidéo, Shopping, Carrousel).
- Définition du ciblage : audience, intérêts, mots-clés et remarketing.
- Stratégie d'enchères et budgétisation.
- *Exercice : Mise en place d'une première campagne publicitaire.*

Module 3 : Analyse et optimisation des performances

- Suivi des performances avec Pinterest Ads Manager.
- Analyse des métriques clés et optimisation des campagnes.
- Tests A/B et ajustement du budget publicitaire.
- *Évaluation finale : Analyse et optimisation d'une campagne en situation réelle.*

Ce programme enseigne à exploiter la publicité sur Pinterest pour booster la visibilité et les ventes. Les participants apprennent à créer des campagnes ciblées et à analyser leur performance. La formation est adaptable aux objectifs de chaque entreprise.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Présentation d'une stratégie publicitaire optimisée.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur la publicité Pinterest.
- Modèles de stratégies publicitaires.
- Ressources et outils d'analyse de campagnes.

PUBLIC VISÉ

- Créateurs, artisans, commerçants et e-commerçants,
- Responsables communication ou marketing digital,
- Community managers et professionnels du visuel (mode, déco, food, DIY...),
- Toute personne souhaitant toucher une audience qualifiée grâce à Pinterest Ads

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte professionnel Pinterest
- Avoir accès à Pinterest Business / Pinterest Ads Manager
- Avoir un ordinateur connecté à Internet

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

LINKEDIN ADS : VENDRE SUR LINKEDIN

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement et les opportunités de la publicité sur LinkedIn.
- Mettre en place des campagnes publicitaires performantes avec LinkedIn Ads.
- Optimiser les ciblages et les formats d'annonces pour maximiser les conversions.
- Analyser les performances et ajuster les campagnes pour un meilleur ROI.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à LinkedIn Ads et configuration

- Présentation de LinkedIn Ads : opportunités et objectifs marketing.
- Création et paramétrage d'un compte LinkedIn Campaign Manager.
- Paramétrage des conversions et suivi des événements.
- *Atelier pratique : Mise en place et configuration du compte publicitaire.*

Module 2 : Création et gestion des campagnes publicitaires

- Définition des objectifs publicitaires et choix des KPI.
- Les différents formats d'annonces LinkedIn (Sponsored Content, Message Ads, Dynamic Ads, Text Ads).
- Stratégies de ciblage avancées (audiences personnalisées, retargeting, lookalike audiences).
- *Exercice : Création et configuration d'une première campagne.*

Module 3 : Optimisation et analyse des performances

- Utilisation du Campaign Manager et des outils d'analyse LinkedIn.
- Suivi des conversions et ajustements stratégiques.
- Tests A/B et optimisation budgétaire.
- *Évaluation finale : Analyse et amélioration d'une campagne publicitaire LinkedIn.*

Ce programme guide les participants dans la création de campagnes publicitaires efficaces sur LinkedIn. Ils apprennent à cibler les bonnes audiences B2B et à optimiser leurs résultats. La formation peut être ajustée selon les objectifs professionnels.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur LinkedIn Ads.
- Modèles de stratégies publicitaires et templates d'annonces.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Dirigeants de TPE/PME, indépendants et freelances B2B,
- Responsables marketing, communication ou commerciaux,
- Chargés d'acquisition ou de prospection digitale,
- Toute personne impliquée dans la stratégie de développement d'une activité B2B.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte LinkedIn personnel actif,
- Avoir accès ou créer un Compte LinkedIn Campaign Manager,
- Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation web

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

E-commerce

CRÉER SON SITE E-COMMERCE AVEC SHOPIFY

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre le fonctionnement de Shopify et ses fonctionnalités principales.
- Créer et paramétrer une boutique en ligne professionnelle.
- Ajouter des produits et gérer le catalogue efficacement.
- Optimiser le design et l'expérience utilisateur.
- Mettre en place les solutions de paiement et de livraison.
- Mettre en œuvre des stratégies marketing pour augmenter les ventes.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Introduction à Shopify et configuration initiale

- Présentation de Shopify : avantages et fonctionnalités.
- Création d'un compte et paramétrage de la boutique.
- Choix et personnalisation du thème Shopify.
- *Atelier pratique : Configuration d'une boutique Shopify.*

Module 2 : Gestion des produits et du catalogue

- Ajout et gestion des fiches produits (images, descriptions, prix, variantes).
- Organisation des collections et catégories.
- Gestion des stocks et suivi des commandes.
- *Exercice : Création et mise en ligne d'une gamme de produits.*

Module 3 : Personnalisation de la boutique et optimisation UX

- Paramétrage des menus, pages et navigation.
- Optimisation du design et de l'expérience utilisateur.
- Ajout d'applications pour enrichir les fonctionnalités.
- *Atelier pratique : Amélioration de l'ergonomie d'une boutique test.*

Module 4 : Mise en place des solutions de paiement et de livraison

- Configuration des moyens de paiement (Stripe, PayPal, Shopify Payments, etc.).
- Paramétrage des options de livraison et des taxes.
- Gestion des retours et service client.
- *Exercice : Simulation de commande et test des options de paiement.*

Module 5 : Stratégie marketing et lancement de la boutique

- SEO et optimisation des fiches produits pour le référencement.
- Publicité et campagnes marketing sur Shopify.
- Email marketing et fidélisation des clients.
- *Évaluation finale : Présentation d'un plan de lancement e-commerce.*

Ce programme permet d'acquérir toutes les bases nécessaires pour lancer et gérer une boutique en ligne avec Shopify. Il est modulable en fonction du niveau, des objectifs et du secteur d'activité des participants.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, créateurs de marque ou artisans souhaitant vendre en ligne,
- Freelances, commerçants ou e-commerçants en devenir,
- Responsables marketing ou communication digitale,
- Toute personne souhaitant développer une activité de vente en ligne sans compétences techniques.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un ordinateur et d'une connexion Internet,
- Être prêt(e) à créer un compte Shopify (version d'essai ou abonnement),
- Avoir un projet ou une idée de boutique en ligne (produits physiques ou numériques),
- Être à l'aise avec l'utilisation d'un navigateur web.

DURÉE

5 jours (35 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

CRÉER SON SITE E-COMMERCE AVEC SHOPIFY

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance de théorie et d'ateliers pratiques.
- Études de cas concrets et mises en situation.

Modalités d'évaluation

- Quiz et exercices pratiques.
- Évaluation continue par la mise en application des concepts.
- Présentation finale d'une stratégie LinkedIn complète.
- Validation : Attestation de fin de formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides PDF détaillés sur Shopify et l'e-commerce.
- Modèles de fiches produits et templates de pages Shopify.
- Ressources et outils d'analyse de performances.



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

OPTIMISER SES VENTES AVEC SHOPIFY

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Améliorer l'expérience utilisateur et maximiser le taux de conversion.
- Optimiser les fiches produits pour booster les ventes.
- Mettre en place des stratégies marketing efficaces sur Shopify.
- Automatiser les processus pour améliorer la gestion de la boutique.
- Analyser les performances et ajuster les actions pour augmenter la rentabilité.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Améliorer l'expérience utilisateur et optimiser les conversions

- Analyse des points bloquants sur une boutique Shopify.
- Stratégies pour améliorer la navigation et l'ergonomie.
- Optimisation des pages produit et du tunnel d'achat.
- Atelier pratique : Audit et amélioration d'une boutique existante.

Module 2 : Stratégies marketing avancées pour Shopify

- Mise en place des campagnes email marketing et remarketing.
- Exploitation des ventes croisées et upselling.
- Création et optimisation des campagnes de réduction et offres promotionnelles.
- Exercice : Élaboration d'une stratégie promotionnelle et fidélisation.

Module 3 : Analyse des performances et automatisation des ventes

- Utilisation de Shopify Analytics et Google Analytics.
- Optimisation du parcours client et des stratégies de relance.
- Automatisation des processus avec les applications Shopify.
- Évaluation finale : Présentation d'un plan d'optimisation des ventes.

Ce programme aide à améliorer l'efficacité commerciale d'une boutique Shopify. Les participants apprennent à optimiser l'expérience utilisateur, à activer des leviers marketing et à analyser les performances. La formation s'adapte aux enjeux spécifiques de chaque activité.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance de théorie et d'ateliers pratiques.
- Études de cas concrets et mises en situation.

Modalités d'évaluation

- Guides détaillés sur l'optimisation e-commerce.
- Modèles de stratégies de conversion et d'automatisation.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances..
- Présentation d'une stratégie d'optimisation Shopify.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides PDF détaillés sur Shopify et l'e-commerce.
- Modèles de fiches produits et templates de pages Shopify.
- Ressources et outils d'analyse de performances.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, créateurs de marque ou artisans souhaitant vendre en ligne,
- Freelances, commerçants ou e-commerçants en devenir,
- Responsables marketing ou communication digitale,
- Toute personne souhaitant développer une activité de vente en ligne sans compétences techniques.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un ordinateur et d'une connexion Internet,
- Être prêt(e) à créer un compte Shopify (version d'essai ou abonnement),
- Avoir un projet ou une idée de boutique en ligne (produits physiques ou numériques),
- Être à l'aise avec l'utilisation d'un navigateur web.

DURÉE

5 jours (35 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

E-mailing

STRATÉGIE EMAILING ET AUTOMATISATION MARKETING

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Concevoir une stratégie emailing efficace et conforme aux bonnes pratiques.
- Segmenter leur audience et personnaliser leurs campagnes.
- Automatiser leurs emails marketing pour maximiser l'engagement.
- Analyser les performances et optimiser les campagnes.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Les fondamentaux de l'email marketing

- Comprendre le rôle et l'impact de l'emailing dans une stratégie digitale.
- Conformité et législation : RGPD et opt-in.
- Bonnes pratiques pour maximiser l'ouverture et le taux de clic.
- *Atelier pratique : Audit des campagnes emailing existantes.*

Module 2 : Segmentation et personnalisation des campagnes

- Construire et gérer sa base de contacts.
- Segmentation avancée des audiences.
- Techniques de personnalisation et d'email dynamique.
- *Exercice : Création d'une campagne segmentée et personnalisée.*

Module 3 : Automatisation et analyse des performances

- Introduction au marketing automation : scénarios et triggers.
- Création d'une séquence d'emails automatisés (welcome, relance, nurturing).
- Analyse des KPIs (taux d'ouverture, taux de clic, taux de conversion).
- *Évaluation finale : Mise en place et optimisation d'une campagne automatisée.*

Ce programme permet de concevoir et piloter une stratégie d'email marketing performante, en combinant bonnes pratiques de segmentation, personnalisation et automatisation. Les participants apprennent à structurer des campagnes efficaces, créer des scénarios automatisés pertinents et analyser les résultats pour améliorer les performances. La formation est adaptable selon les outils utilisés et les objectifs visés.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance de théorie et d'ateliers pratiques.
- Études de cas concrets et mises en situation.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur l'email marketing et l'automatisation.
- Modèles de campagnes et templates d'emails.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Responsables marketing, communication ou CRM
- Chargés de communication digitale
- Indépendants, freelances ou e-commerçants
- Toute personne souhaitant développer une stratégie d'emailing ou mettre en place de l'automatisation marketing

PRÉ-REQUIS

- Connaissances de base en marketing digital
- Aisance avec les outils numériques
- Avoir une base de contacts ou être en capacité d'en constituer une
- Avoir déjà utilisé un outil d'emailing (type Mailchimp, Brevo, MailerLite...) est un plus

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

CRÉER ET OPTIMISER SES NEWSLETTERS

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Concevoir des newsletters attractives et engageantes.
- Rédiger des objets d'email percutants pour maximiser l'ouverture.
- Structurer une newsletter pour optimiser l'expérience utilisateur.
- Suivre et analyser les performances pour ajuster leur stratégie.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Les fondamentaux des newsletters

- Rôle et impact des newsletters dans une stratégie digitale.
- Choisir la bonne plateforme d'emailing.
- Structurer une newsletter : hiérarchie de l'information et ergonomie.
- *Atelier pratique : Analyse et benchmark de newsletters performantes.*

Module 2 : Création et optimisation des newsletters

- Rédaction d'objets et pré-header engageants.
- Choix des visuels et importance du design.
- Optimisation pour mobile et tests avant envoi.
- *Exercice : Conception et test d'une newsletter optimisée.*

Module 3 : Suivi et amélioration des performances

- Les indicateurs clés à surveiller (taux d'ouverture, taux de clic, désabonnement).
- A/B testing et optimisation des campagnes.
- Planification et fréquence des envois.
- *Évaluation finale : Analyse et amélioration d'une newsletter existante.*

Ce programme permet de maîtriser la création, la rédaction et l'optimisation de newsletters engageantes. Les participants apprennent à concevoir des contenus percutants, à structurer des envois efficaces, et à analyser les résultats pour améliorer l'engagement et la fidélisation. La formation est adaptée aux objectifs éditoriaux et commerciaux de chacun.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance de théorie et d'ateliers pratiques.
- Études de cas concrets et mises en situation.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur la création de newsletters.
- Modèles et templates d'emails.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Responsables ou chargés de communication
- Community managers, créateurs de contenu
- Entrepreneurs, indépendants, e-commerçants
- Toute personne souhaitant améliorer la performance de ses newsletters

PRÉ-REQUIS

- Connaissances de base en communication ou marketing digital
- Aisance avec les outils informatiques et web
- Avoir une base de contacts ou un projet de newsletter en cours est un plus

DURÉE

2 jours (14 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

Marketing RH

CONSTRUIRE ET VALORISER SA MARQUE EMPLOYEUR SUR LE DIGITAL

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux et leviers de la marque employeur.
- Construire un positionnement employeur attractif et différenciant.
- Utiliser les outils digitaux et réseaux sociaux pour renforcer la visibilité de l'entreprise.
- Déployer une stratégie de communication interne et externe efficace.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre et structurer une stratégie de marque employeur

- Définition et enjeux de la marque employeur.
- Identification des valeurs et de l'ADN de l'entreprise.
- Analyse des attentes des candidats et collaborateurs.
- *Atelier pratique : Élaboration du positionnement employeur.*

Module 2 : Déployer une communication marque employeur efficace

- Construire une stratégie de contenu dédiée à la marque employeur.
- Engager les collaborateurs dans la communication employeur.
- Utilisation des réseaux sociaux et des plateformes RH.
- *Exercice : Création de contenus marque employeur pour LinkedIn et Instagram.*

Module 3 : Suivi et optimisation de la marque employeur

- Mettre en place des indicateurs de suivi et d'engagement.
- Analyser les retours candidats et collaborateurs.
- Optimiser la stratégie en fonction des performances.
- *Évaluation finale : Présentation d'un plan d'action marque employeur.*

Ce programme accompagne les participants dans la définition, la mise en œuvre et la valorisation d'une stratégie de marque employeur sur les canaux digitaux. À travers des outils concrets et des exemples inspirants, ils apprennent à attirer, engager et fidéliser les talents en renforçant l'image de leur entreprise. La formation est personnalisable en fonction des enjeux RH et communication de chaque structure.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur la marque employeur.
- Modèles de plannings éditoriaux et fiches pratiques.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Responsables RH ou communication
- Chargés de recrutement ou de marque employeur
- Managers d'équipes ou dirigeants de PME
- Toute personne impliquée dans l'attractivité RH de son entreprise

PRÉ-REQUIS

- Notions de base en communication digitale souhaitées.
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion Internet.

DURÉE

21 heures soit 3 jours

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

RECRUTER EFFICACEMENT AVEC LE DIGITAL ET LINKEDIN

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Construire une stratégie de recrutement digital efficace.
- Maîtriser les fonctionnalités de LinkedIn pour le sourcing et l'attraction de talents.
- Rédiger des offres d'emploi attractives et optimisées.
- Améliorer l'expérience candidat grâce aux outils digitaux.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Construire une stratégie de recrutement digital

- Comprendre l'évolution des pratiques de recrutement.
- Définir une stratégie digitale d'attraction des talents.
- Construire une marque employeur forte pour attirer les candidats.
- *Atelier pratique : Audit des pratiques de recrutement digital.*

Module 2 : Optimiser son recrutement avec LinkedIn

- Présentation des outils de recrutement sur LinkedIn (Recruiter Lite, publications d'offres d'emploi, InMails).
- Stratégies de sourcing et d'approche des candidats passifs.
- Rédaction et optimisation des offres d'emploi.
- *Exercice : Rédaction d'une offre d'emploi attractive et ciblée.*

Module 3 : Expérience candidat et suivi du recrutement

- Optimisation du parcours candidat avec les outils digitaux.
- Automatisation des relances et suivi des candidatures.
- Suivi des performances des recrutements.
- *Évaluation finale : Présentation d'une stratégie de recrutement digital.*

Ce programme permet de maîtriser les leviers digitaux du recrutement moderne, avec un focus sur LinkedIn. Les participants apprennent à optimiser leur présence, publier des offres attractives, sourcer les bons profils et structurer une expérience candidat engageante. La formation s'adapte aux besoins spécifiques de chaque organisation ou service RH.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur le recrutement digital et LinkedIn.
- Modèles d'offres d'emploi et scripts d'approche candidats.
- Ressources et outils pour le suivi des recrutements.

PUBLIC VISÉ

- Responsables et chargés de recrutement
- Responsables RH ou communication
- Managers impliqués dans le processus de recrutement
- Toute personne souhaitant améliorer sa stratégie de recrutement digital

PRÉ-REQUIS

- Connaissances de base en recrutement ou RH
- Aisance avec les outils numériques et les réseaux sociaux
- Avoir un profil LinkedIn actif ou être prêt à en créer un

DURÉE

2 jours (14 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

MARKETING RH ET ENGAGEMENT COLLABORATEUR

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Déployer des stratégies de marketing RH pour renforcer l'attractivité de l'entreprise.
- Mettre en place des actions pour booster l'engagement des collaborateurs.
- Exploiter les outils digitaux et les réseaux sociaux pour dynamiser la communication interne.
- Suivre et mesurer l'impact des actions mises en place.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Fondamentaux du Marketing RH et de l'Engagement Collaborateur

- Comprendre l'importance du marketing RH.
- Définir une proposition de valeur employeur forte.
- Identifier les leviers d'engagement des collaborateurs.
- *Atelier pratique : Élaboration d'une proposition de valeur employeur.*

Module 2 : Communication interne et mobilisation des équipes

- Construire une stratégie de communication interne engageante.
- Utiliser les outils digitaux et les réseaux sociaux internes.
- Engager les collaborateurs à devenir ambassadeurs de l'entreprise.
- *Exercice : Création d'un plan de communication interne interactif.*

Module 3 : Suivi, mesure et amélioration de l'engagement

- Définition des KPIs et mise en place d'outils de suivi.
- Recueillir et analyser les feedbacks des collaborateurs.
- Actions concrètes pour améliorer la rétention des talents.
- *Évaluation finale : Élaboration d'une feuille de route marketing RH*

Ce programme permet de maîtriser les leviers digitaux du recrutement moderne, avec un focus sur LinkedIn. Les participants apprennent à optimiser leur présence, publier des offres attractives, sourcer les bons profils et structurer une expérience candidat engageante. La formation s'adapte aux besoins spécifiques de chaque organisation ou service RH.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur le marketing RH et l'engagement collaborateur.
- Modèles de stratégies et templates de plans de communication.
- Ressources et outils pour le suivi des actions RH.

PUBLIC VISÉ

- Responsables et chargés de recrutement
- Responsables RH ou communication
- Managers impliqués dans le processus de recrutement
- Toute personne souhaitant améliorer sa stratégie de recrutement digital

PRÉ-REQUIS

- Connaissances de base en recrutement ou RH
- Aisance avec les outils numériques et les réseaux sociaux
- Avoir un profil LinkedIn actif ou être prêt à en créer un

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

Référencement

local

CRÉER ET OPTIMISER SA FICHE GOOGLE MY BUSINESS

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre l'importance de Google My Business pour la visibilité locale.
- Créer et configurer une fiche Google My Business optimisée.
- Mettre en place une stratégie de gestion et d'animation de la fiche.
- Analyser les performances et améliorer le référencement local.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Création et configuration de la fiche Google My Business

- Présentation de Google My Business et ses bénéfices.
- Création et vérification d'une fiche Google My Business.
- Paramétrage des informations essentielles (horaires, adresse, catégories, description, photos).
- *Atelier pratique : Création et configuration d'une fiche GMB.*

Module 2 : Optimisation et gestion de la fiche pour booster le SEO local

- Techniques pour améliorer le positionnement dans les résultats de recherche.
- Stratégie de publication et d'animation (posts, événements, offres, questions/réponses).
- Gestion des avis clients et réponses professionnelles.
- *Exercice : Rédaction et publication d'un post optimisé.*

Module 3 : Suivi et analyse des performances

- Utilisation de Google My Business Insights pour suivre les résultats.
- Lecture des statistiques clés (clics, appels, itinéraires, visites sur site web).
- Ajustement de la stratégie en fonction des performances.
- *Évaluation finale : Audit et amélioration d'une fiche existante.*

Ce programme permet de maîtriser les bonnes pratiques pour créer, gérer et optimiser une fiche Google My Business afin d'améliorer sa visibilité locale. Les participants apprennent à rendre leur entreprise plus visible sur Google, à interagir avec les clients et à utiliser les statistiques pour ajuster leur communication locale. La formation est adaptée aux besoins des TPE, PME et indépendants.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur Google My Business et le SEO local.
- Modèles de fiches optimisées et bonnes pratiques.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, indépendants, commerçants
- Responsables marketing ou communication locale
- Toute personne souhaitant améliorer sa visibilité locale sur Google

PRÉ-REQUIS

- Aisance avec les outils numériques
- Connaissances de base en communication digitale
- Disposer d'une entreprise ou d'un projet à référencer localement

DURÉE

2 jours (14 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

SEO LOCAL – OPTIMISER SA VISIBILITÉ SUR GOOGLE

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les fondamentaux du référencement local.
- Optimiser leur présence sur Google et améliorer leur classement local.
- Maîtriser Google My Business et les autres leviers du SEO local.
- Analyser les performances et ajuster leur stratégie SEO local.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre le SEO local et ses enjeux

- Introduction au référencement local : définitions et tendances.
- Fonctionnement des résultats de recherche locaux et de Google Maps.
- Importance des fiches Google My Business et des signaux locaux.
- *Atelier pratique : Audit SEO local d'une entreprise.*

Module 2 : Optimisation SEO on-page et off-page pour le local

- Optimisation des pages web pour le SEO local (mots-clés, balises, structure des URLs).
- Stratégie de netlinking et backlinks locaux.
- Importance des avis clients et gestion de la réputation en ligne.
- *Exercice : Amélioration d'une page web pour le SEO local.*

Module 3 : Suivi, analyse et actions d'amélioration

- Utilisation de Google Search Console et Google Analytics pour le SEO local.
- Analyse des indicateurs de performance et ajustement de la stratégie.
- Outils et automatisation pour optimiser la gestion du référencement local.
- *Évaluation finale : Élaboration d'une feuille de route SEO local personnalisée.*

Ce programme permet de comprendre et d'appliquer les leviers du référencement local pour améliorer la visibilité d'une entreprise sur Google. Les participants apprennent à optimiser leur site, leur fiche Google My Business et leurs actions hors ligne pour apparaître en tête des résultats de recherche locale. La formation s'adapte aux enjeux terrain des TPE, PME et réseaux de points de vente.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas et optimisation de campagnes réelles.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Quiz de validation des connaissances.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Guides détaillés sur le SEO local et Google My Business.
- Modèles de stratégies SEO et bonnes pratiques.
- Ressources et outils pour l'analyse des performances.

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneurs, commerçants, responsables de points de vente
- Chargés de communication ou marketing local
- Toute personne souhaitant booster la visibilité de son activité à l'échelle locale

PRÉ-REQUIS

- Connaissances de base en marketing digital ou en SEO
- Être à l'aise avec les outils web et Google
- Avoir un site internet ou une fiche Google My Business (ou projet en cours)

DURÉE

2 jours (14 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com

Restons en contact

[KH]



WWW.KALYANNYHAY.COM



CONTACT@KALYANNYHAY.COM



06 89 88 47 86

