



CATALOGUE **FORMATIONS & ATELIERS** 2020



**DOS
CARRE** 

Agence de communication
responsable et solidaire

NOTRE ENGAGEMENT

Dos Carré souhaite agir pour une société et un environnement durables et équitables. Pour y parvenir, nous participons à la formalisation, l'explicitation et la diffusion des projets et actions à impact positif. Attachée aux principes de co-construction et de transfert de compétences, notre équipe transmet son savoir-faire. Si notre métier demande de la technicité – que nous mettons au service des acteurs de la solidarité et de la protection de l'environnement dans le champ de l'ESS, de la RSE et de l'intérêt général –, il consiste aussi à favoriser leur autonomie en matière de communication.

Dos Carré
Route de Gardanne
La Barque
13710 Fuveau

www.doscarre.com
bonjour@doscarre.com

Marjolaine Dihl
Co-fondatrice &
Responsable éditoriale
Mail : mdihl@doscarre.com
Tel : +(33)6 69 06 93 49

Marion Larcule
Co-fondatrice &
Conceptrice designer graphique
Mail : mlarcule@doscarre.com
Tel : +(33)6 65 16 03 66

PRÉSENTATION GÉNÉRALE	P.4
LES FORMATIONS	
OUTILS DE PILOTAGE	
CONCEVOIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION	P.8
RELATIONS PRESSE	
OPTIMISER SES RELATIONS MÉDIAS	P.9
OUTILS DU WEB	
PRÉPARER SA REFONTE / CRÉATION DE SITE	P.10
ANIMER UN SITE WORDPRESS	P.11
COMMUNICATION INTERNE	
CRÉER SON JOURNAL INTERNE ET L'ANIMER	P.12
BULLETIN D'INSCRIPTION	P.13
LES ATELIERS	
[MATINALE] OUTILS DE PILOTAGE	
MONTER UN PLAN DE COMMUNICATION	P.16
[MATINALE] OUTILS DU WEB	
LES CLEFS POUR DÉBUTER SUR WORDPRESS	P.17
[MATINALE] OUTILS RÉDACTIONNELS	
DÉMYSTIFIER L'ÉCRIT EN FABRIQUANT UN "CHAPÔ"	P.18
[JOURNÉE] OUTILS RÉDACTIONNELS	
DE L'ACTION AU VERBE	P.19
BULLETIN D'INSCRIPTION	P.20

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

UNE PÉDAGOGIE CRÉATIVE

Convaincue des richesses engendrées au sein d'un groupe qui coopère, notre équipe fonde sa méthode de travail et ses process sur une démarche d'intelligence collective. Il est donc tout naturel de traduire cette posture dans nos actions pédagogiques. Aussi, selon les besoins exprimés par les participants et la composition des groupes que nous accompagnons, nous recourons à différents outils dits d'intelligence collective. Nous affectionnons tout particulièrement le "design thinking", un dispositif qui favorise la créativité et la collaboration.

Nuages de mots, diagnostic collectif, world café, investigation appréciative... Ce sont autant d'outils que nous avons en bagage. Chacun a ses particularités et se prête à des configurations différentes. Au-delà d'une posture globale invitant les participants à prendre collectivement part au processus de transfert de compétence, nous prévoyons durant nos interventions des temps dédiés à des "ateliers d'intelligence collective". Nos intervenants, listés ci-contre, se placent alors en position "méta" pour assister le groupe dans l'émergence de solutions.

Pour les besoins spécifiques de structures confrontées à une problématique de conduite du changement couplée à une nécessité de mieux communiquer, notre équipe pédagogique s'adapte. Nous sommes en effet partenaires de deux facilitatrices en intelligence collective. L'une intervient prioritairement dans le secteur de l'habitat, l'autre dans les établissements et services sociaux et médico-sociaux.

NOS INTERVENANTS

Marjolaine Dihl

Diplômée de l'École de journalisme et de communication de Marseille et formée au développement web, Marjolaine a exercé le métier de journaliste durant 15 ans dans la presse régionale et la presse du secteur sanitaire et social. Elle a ensuite mené une mission au long cours de chargée de communication auprès d'une institution d'intérêt général. Elle a également été formatrice pour différents établissements universitaires. En 2018, elle a co-fondé l'agence Dos Carré.

Jean-Luc Chovelon

Journaliste durant près de 20 ans, Jean-Luc est aujourd'hui intervenant indépendant. Il a créé une structure centrée autour d'une compétence principale : la maîtrise du verbe. Écrivain d'entreprise, écrivain privé et public, raconteur d'histoires, tel est son champ d'intervention. Du format court d'un article de presse au format beaucoup plus long d'un livre, il adapte sa prose et sait transmettre son art.

Marion Larcule

Co-fondatrice de l'agence Dos Carré, Marion décline ses compétences en mode créatif. Diplômée de l'école Axe Sud, elle est conceptrice designer graphique, mais aussi intégratrice web. Elle partage sa passion avec discrétion. Elle redessine des sites WordPress au gré de chartes graphiques pré-établies ou qu'elle imagine de bout en bout.

SESSIONS SUR MESURE

Des formations-actions, ces propositions pédagogiques « clefs en main » peuvent être revisitées selon les demandes de structures, de fédérations ou de réseaux interprofessionnels. Si nécessaire, nous montons également des formations-actions sur d'autres thématiques spécifiques.

Des ateliers, pour s'adapter aux besoins et dispositions de chacun, l'équipe Dos Carré a élaboré des interventions en présentiel plus courtes, aménageables en intra ou inter-structures. Alternant théorie et analyse de cas ou exercice pratique, ces sessions s'organisent sous formes d'ateliers qui durent une matinée ou une journée. Elles se concentrent, à chaque fois, sur des points précis pour répondre autant que possible aux besoins des apprenants.

LIEUX

En intra-entreprise, sur votre demande, au sein de votre structure, avec un ajustement au plus près de vos besoins. En inter-structures dans des locaux situés à Marseille ou Aix-en-Provence. Les inscriptions sont individuelles.

Les sessions sont organisées en fonction des demandes, au minimum deux mois avant la date souhaitée. Les informations pratiques sont envoyées aux participants lors des inscriptions.

FINANCEMENTS

L'agence Dos Carré s'inscrit dans la démarche de l'économie sociale et solidaire. Notre tarification tient compte des ressources des inscrits. Pour les demandeurs d'emploi ou faibles revenus, des facilités de paiement sont prévues. Notez, par ailleurs, que notre équipe est référencée comme prestataire du dispositif local d'accompagnement (DLA) en région PACA. Le DLA s'adresse à tous les dirigeants salariés et bénévoles d'organisations de l'économie sociale et solidaire. Plus d'informations sur le site www.info-dla.fr.

Dos Carré
Route de Gardanne
La Barque
13710 Fuveau

SIRET
N° 880 704 861 00017



FORMATIONS

Nos formations-actions sont montées sur demande de structures (associations, fondations, institutions d'intérêt général ou entreprises éthiques). La demande doit être formulée a minima deux mois avant la date de début d'intervention souhaitée. Ces sessions visent à résoudre une problématique particulière en matière de communication rencontrée au sein de la structure à l'origine de la demande. Nous présentons ici cinq programmes "clefs en main", mais notre accompagnement peut s'effectuer sur d'autres thématiques : organisation de la communication interne et/ou externe, transition numérique, communication de crise, relation avec les publics cibles...

FORMATION OUTILS DE PILOTAGE

CONCEVOIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION



2 jours
(14 heures)



En Inter : 560€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

Face à l'affluence des moyens de communication, les associations et entreprises d'utilité sociale se retrouvent parfois confondues avec le milieu marchand classique. Elles sont confrontées à la nécessité d'élaborer une "stratégie de communication". Mais cette démarche semble contradictoire avec les principes mêmes qui fondent leurs actions. Pour ces structures, cela ne peut pas se résumer à une opération marketing qui serait développée par un cabinet d'experts. À travers cet atelier, nous proposons d'accompagner les acteurs de l'ESS à construire les grandes lignes de leur stratégie de communication et à instaurer une méthodologie pour inscrire cette démarche dans le temps.



Livret mémo
Tableau de pilotage

OBJECTIFS

Établir un diagnostic / Formaliser une stratégie de communication / Concevoir un plan d'actions

PROGRAMME

Définir son positionnement et son image

- + Définir l'identité de son organisation (mission, vision, valeurs)
- + Définir comment cette identité se traduit en actions et en axes de développement
- + Pointer les éléments de différenciation par rapport à la "concurrence"

Établir un diagnostic de sa communication

- + Recenser ses outils de communication
- + Lister les messages qu'ils véhiculent
- + Évaluer les ressources mobilisées pour réaliser ces outils (quelle que soit leur efficacité)

Formaliser sa stratégie de communication

- + Dégager les axes stratégiques issus de son projet associatif ou d'établissement
- + Déterminer une / plusieurs cible(s)
- + Lister les actions souhaitables pour les atteindre
- + Relever les freins possibles

Élaborer son plan de communication

- + Définition des points clefs : message, objectifs, cibles, outils, cohérence, planning de diffusion
- + Organiser les actions grâce à une dynamique collective
- + Choisir des indicateurs d'impact et de retombées

Public

Directeur(trice)s d'établissement, responsables de la communication, assistant(e)s de direction, équipes et bénévoles en charge de la gestion des contenus.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Disposer d'une vision globale des actions de la structure.

Moyens pédagogiques

Alternance de cours et d'exercices pratiques
Outils d'intelligence collective

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Paperboard

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web.

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis.

FORMATION EN RELATIONS PRESSE

OPTIMISER SES RELATIONS MÉDIAS



2 jours
(14 heures)



En Inter : 560€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

Plus qu'un simple exercice de style, les relations médias représentent un véritable atout pour diffuser les messages positifs dont vous êtes porteurs. En tant qu'acteurs de votre territoire, qui plus est dans le domaine de l'innovation sociale, vous représentez une source d'informations précieuse pour les journalistes. Vous pouvez combler leurs besoins en la matière, mais encore faut-il le leur faire savoir...

OBJECTIFS

Comprendre les attentes des médias / Démystifier la relation aux journalistes / Se positionner dans le territoire médiatique / Trouver ses outils de relations médias



Formation-action
Fiche pratique fournie
("Mesurer ses résultats")

PROGRAMME

Quel est votre message ?

- + Le projet associatif (ou d'entreprise) comme base de toute communication
- + Déterminer la place de la relation médias dans sa stratégie de communication
- + Distinguer information et communication

Connaître les journalistes et leurs attentes

- + Le métier de journaliste, ses contraintes et sa déontologie
- + Le média : fréquence de parution, ligne éditoriale, équipe éditoriale...
- + Savoir où se situer face à ces acteurs

Organiser ses relations médias

- + Élaborer sa "chaîne de relations médias" (qui fait quoi face aux journalistes ?)
- + Anticiper les demandes médias
- + Préparer les interviews et les reportages

Optimiser ses communiqués de presse

- + Un répertoire presse ou un abonnement ?
- + Trouver l'information pertinente qui servira de base
- + Rappel sur les éléments constitutifs du CP
- + L'importance du titre
- + Fixer une date pertinente pour l'envoi

Un autre canal : les réseaux sociaux

- + Twitter
- + LinkedIn
- + Facebook

Mesurer les résultats de ses relations médias

- + Déterminer les objectifs et les indicateurs
- + Mettre en place sa veille presse
- + Examiner les résultats quantitatifs et qualitatifs

Public

Responsables de la communication, assistant(e)s de direction, équipes et bénévoles en charge de la gestion des contenus web ou papiers.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Aucun si ce n'est une connaissance du projet associatif (ou projet d'entreprise) élaboré au sein de son organisation.

Moyens pédagogiques

Alternance de cours et d'analyse de cas.
Outils d'intelligence collective

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Paperboard

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web.

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.
À J+3 mois, évaluation des acquis.

FORMATION OUTILS DU WEB

PRÉPARER SA REFONTE / CRÉATION DE SITE



3 jours
(21 heures)



En Inter : 840€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis



Formation-action
Analyse des projets apportés
par les participants.
Fiche pratique
("Cahier des charges")

Présenter ses activités et ses équipes, annoncer des événements, recruter, collecter des fonds, ouvrir un espace de dialogue, publier un bilan... Un site web répond à bien des besoins en termes de communication. Faute de ressources suffisantes, il ne joue pas toujours son rôle, voire n'existe pas. Spécialement conçue pour les acteurs de l'économie sociale et solidaire, cette formation propose une méthodologie pour mener un projet de refonte (ou création) de site web, en tenant compte des réalités de terrain.

OBJECTIFS

Définir les objectifs de sa refonte (ou création) de site / Rédiger un cahier des charges de site web / Intégrer le numérique dans la communication globale de sa structure

PROGRAMME

Définir les objectifs de sa refonte (ou création) de site

- + Extraire les axes majeurs du projet associatif (ou d'entreprise)
- + Situer son site web dans un "plan communication" (en l'absence de plan communication dans sa structure, un questionnaire préalable sera adressé au participant pour situer ce projet web)
- + (Re)définir un rubricage

Organiser sa communication numérique

- + Définir l'équipe en charge des contenus
- + Déterminer les types de contenus attendus
- + Déterminer un processus de remontée d'informations
- + Poser les bases d'une charte éditoriale (qui écrit, quoi, quel ton...)

Rédiger son cahier des charges

- + Auditer les dispositifs de communication digitale existants
- + Dessiner l'arborescence de son site
- + Fixer les attentes en matière de design (dans l'idéal à partir d'une charte graphique)
- + Définir les fonctionnalités nécessaires
- + Les termes techniques à connaître pour la rédaction de son cahier des charges

Trouver les bons partenaires

- + Mettre en concurrence des agences web
- + Connaître les prix du marché
- + Fixer les responsabilités supportées par chaque partie
- + Prévoir la maintenance du site (frais et hotline)

Public

Responsables de la communication, assistant(e)s de direction, équipes en charge de la gestion des contenus web.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Une pratique régulière du web.

Moyens pédagogiques

Alternance de cours et d'analyse de cas

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Paperboard

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web.

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.

À J+3 mois, évaluation des acquis.

FORMATION DU WEB

ANIMER UN SITE WORDPRESS



2 jours
(14 heures)



En Inter : 560€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis



Formation-action
Livret mémo
("Utiliser un site WordPress")

Présenter ses activités et ses équipes, annoncer des événements, recruter, collecter des fonds, ouvrir un espace de dialogue, publier un bilan... Un site WordPress répond à tous ces besoins. Encore faut-il le faire vivre. Cela réclame une connaissance de l'outil d'administration et quelques bases de webmastering. Spécialement conçue pour les acteurs de l'économie sociale et solidaire, cette formation propose une initiation aux usages du CMS WordPress.

OBJECTIFS

Comprendre le fonctionnement d'un site WordPress / S'initier aux outils de publication adaptés / Permettre une administration du site partagée

PROGRAMME**Présentation du backoffice**

- + Tableau de bord
- + Réglages généraux
- + Barre de menu du backoffice
- + Les différents types d'utilisateurs et leurs rôles
- + Distinguer les "pages" et les "articles"

Gérer l'apparence du site

- + Comprendre les capacités de son thème WordPress et ses limites
- + Customiser ses menus et modifier l'arborescence des pages
- + Utiliser les widgets (archives, sidebar, calendrier...)
- + Utiliser les blocs "Gutenberg" (sans ruiner sa charte graphique)

Rédiger pour le web

- + L'importance des titres et des URL
- + Savoir utiliser les "mots clefs"
- + Trouver la bonne longueur
- + Structurer ses articles en s'appuyant sur les règles d'écriture journalistique (angle, chapô, etc.)

Gérer les contenus

- + Différence entre "page" et "article"
- + Gestion des "médias"
- + Partage sur les réseaux sociaux
- + Modération des commentaires

Les différents types de plugins

- + Sécurité
- + Sauvegarde
- + Référencement (SEO)
- + Formulaires
- + Réseaux sociaux

Public

Grands débutants. Responsables communication, assistant(e)s de direction, équipes et bénévoles en charge de la gestion des contenus web.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Aucun niveau particulier.
Ordinateur équipé wifi (*portable si formation en Inter*)

Moyens pédagogiques

Alternance de cours et d'exercices pratiques.

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur

Encadrement

Marjolaine Dohl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web.

Marion Larcule, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, conceptrice designer graphique et intégratrice web.


Appréciation des résultats

Bilan qualité (*au format papier*) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis.

FORMATION DE COMMUNICATION INTERNE

CRÉER SON JOURNAL INTERNE ET L'ANIMER

 3 jours
(21 heures)

 En Inter : 840€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

Pour partager ses valeurs, favoriser l'émergence d'initiatives et développer des passerelles entre équipes (administrateurs, salariés ou bénévoles), le journal interne est un outil déterminant. Cette formation pose les bases pour créer ou renouveler un journal interne, organiser l'équipe chargée de ce projet, acquérir une méthodologie de conception et de rédaction d'articles mettant en valeur le travail mené par une association ou une entreprise intervenant dans le champ de l'économie sociale et solidaire.

+
Formation-action
Analyse des publications
apportées par les participants

OBJECTIFS

Concevoir et organiser un journal interne / Soigner l'image de son organisation / Dynamiser sa communication interne / Apprendre les bases de l'écriture journalistique

PROGRAMME

Élaborer la charte éditoriale

- + Déterminer les objectifs de votre journal interne en cohérence avec le projet associatif (ou d'entreprise)
- + Définir le lectorat visé, un mode de diffusion (web ou papier) et la fréquence de parution
- + Établir une équipe pilote
- + Choisir un titre évocateur
- + Fixer un rubricage

Fixer les lignes directrices de la charte graphique

- + Déterminer les éléments graphiques récurrents : logo, couleur, titre, image
- + Créer (ou sous-traiter la création) des maquettes
- + Programmer des sources d'illustrations

Réaliser le chemin de fer

- + Définir les sujets à traiter : transposer vos actions de terrain sur le papier
- + Organiser des "conférences de rédaction" (choix des angles et des personnes ressources)
- + Hiérarchiser les informations à diffuser

Rédiger des textes efficaces

- + Les règles de base d'un article
- + Les différents types de titres
- + Respecter l'angle d'un article
- + Définir un plan selon le sujet et la cible
- + Les astuces pour rendre vos articles vivants

Organiser son editing

- + Assurer un travail de relecture (secrétariat de rédaction)
- + Réécrire quand c'est nécessaire
- + Les règles typographiques
- + Veiller à bien sélectionner et légender des illustrations
- + Règles de base avant l'envoi à l'imprimeur

Faire vivre son intranet

- + Sélectionner les articles utiles à votre intranet
- + Adapter ses techniques d'écriture pour le web

Public

Responsables de la communication, assistant(e)s de direction, équipes et bénévoles en charge de la gestion des contenus web.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Aptitude à gérer (ou dans travailler avec) une équipe parfois hétéroclite.

Moyens pédagogiques

Alternance de cours et d'exercices pratiques
Outils d'intelligence collective

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Paperboard

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web.
Jean-Luc Chovelon, journaliste professionnel et écrivain public.

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis.

BULLETIN D'INSCRIPTION FORMATIONS

Merci de nous adresser votre bulletin d'inscription par voie postale ou numérique à l'adresse postale ou mail indiquée en bas de page. Ce bulletin est exclusivement destiné aux inscriptions aux formations et ateliers. Sauf demande contraire de votre part, les informations qui sont recueillies ne sont destinées qu'au traitement de votre inscription et sont détruites à l'issue des sessions (évaluations comprises). Par retour de courrier, nous vous fournirons le détail des journées de formation, ainsi que le règlement intérieur. Veuillez noter que les formations ne se tiendront que si le nombre minimum de participants est atteint.

DATES SOUHAITÉES

(au minimum 2 mois après l'envoi du présent bulletin)

INTITULÉ DE LA FORMATION

.....

Nom :

Prénom :

Structure employeuse (le cas échéant) :

Adresse de facturation :

Téléphone :

Adresse mail professionnelle :

Adresse mail personnelle :

Statut : salarié demandeur d'emploi particulier

Prise en charge par votre employeur : oui non

Vos attentes concernant cette formation :

.....

.....

Comment avez-vous connu l'agence Dos Carré ?

Fait le :

À :

Signature du stagiaire

Fait le :

À :

Signature et/ou cachet du responsable
(le cas échéant)

CONDITIONS D'ANNULATION

Seule une annulation signifiée à Dos Carré par écrit 10 jours avant le début de la formation entraînera le remboursement des sommes versées. Après cette date, aucune demande d'annulation ne sera prise en compte, le montant des frais restera dû. Les demandes de remplacement de participants, formulées par écrit, restent possibles à tout moment.

ENVOI DU BULLETIN

Dos Carré
Route de Gardanne
La Barque
13710 Fuveau


bonjour@doscarré.com



ATELIERS

Pour favoriser l'autonomie des acteurs de l'innovation sociale en matière de communication, nous proposons des accompagnements collectifs. Ils sont organisés sur demande de particuliers investis dans l'économie sociale et solidaire et/ou de structures, de fédérations ou de réseaux interprofessionnels. Ils se déroulent sur des temps relativement courts, sous forme de "matinale" ou sur une journée.

Les programmes de ces accompagnements sont conçus "clefs en main". Toutefois, à chaque fois, nous laissons une large place aux pratiques d'intelligence collective et adaptons, de ce fait, le contenu aux besoins exprimés par les participants.



[MATINALE] OUTILS DE PILOTAGE

MONTER UN PLAN DE COMMUNICATION



Matinale
3h30



En Inter : 140€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

La communication externe représente un enjeu crucial pour tout acteur économique. Reste cependant à structurer les actions de communication en fonction d'objectifs de développement. De quoi éviter de dépenser une énergie et un budget parfois inutiles. Les associations et entreprises d'utilité sociale ont de larges atouts à mettre en valeur en la matière. À travers cet atelier, nous proposons d'accompagner ces acteurs à construire les grandes lignes de leur stratégie de communication et à instaurer une méthodologie pour inscrire cette démarche dans le temps.

ENJEUX

- + Comment traduire un projet associatif en axes de communication externe ?
- + Comment construire une stratégie de communication partagée par l'ensemble des équipes ?
- + Quels travaux et/ou groupes de travail mettre à profit pour mieux communiquer en externe ?
- + Comment soutenir les axes de développement de sa structure ?

CONTENU

- + Accueil et présentation de l'atelier
- + Focus sur les enjeux de communication liés à l'identité et au positionnement de votre structure
- + Échange sur les principaux besoins des participants en matière de stratégie de communication
- + Rappel des notions : objectifs / cibles / messages / supports
- + Présentation de la méthodologie proposée pour élaborer un plan de communication
- + Exercices pratiques, si possible, par petits groupes
- + Restitution des productions des participants

Public

Directeurs(trices), responsables de la communication, assistant(e)s de direction, équipes et bénévoles en charge de la gestion des contenus web.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (*au minimum 2 mois avant la date souhaitée*)

Pré-requis

Disposer d'une vision globale des actions de la structure.

Moyens pédagogiques

Alternance de cours et d'exercices pratiques.
Outils d'intelligence collective.

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Paperboard.

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web.

Appréciation des résultats

Bilan qualité (*au format papier*) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis

[MATINALE] OUTILS DU WEB

LES CLEFS POUR DÉBUTER SUR WORDPRESS



Matinale
3h30



En Inter : 140€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

Créer un site Internet est aujourd'hui une nécessité pour bon nombre de structures. Grâce à différentes plateformes gratuites, il devient relativement facile de concevoir une première "vitrine" sur le web et, ainsi, d'améliorer la visibilité d'un projet à impact positif. Notre équipe propose aux acteurs de l'ESS et entreprises porteuses d'une démarche RSE de découvrir comment fonctionne WordPress (soit 30% des sites web) et comment poser les bases d'un site basique en une matinée.

ENJEUX

- + Quelles sont les grandes plateformes de création de site ?
- + Comment utiliser la plateforme wordpress.com ?
- + Quelle est la différence avec l'installation en "1 clic" chez un hébergeur ?
- + Qu'est-ce qu'un hébergement web ?
- + Comment personnaliser un nom de domaine sur wordpress.com ?

CONTENU

- + Accueil et présentation des principales plateformes gratuites offrant la création et l'hébergement de sites
- + Focus sur la plateforme wordpress.com et précision sur les notions d'hébergement
- + Échange sur les principaux besoins des participants en matière de création de site
- + Présentation du "dashboard" et comment l'utiliser
- + Présentation des "thèmes" disponibles
- + Exercices pratiques pour choisir un thème selon ses besoins et structurer ses pages
- + Restitution des productions de chaque participant

Public

Tout acteur de l'ESS ou dirigeants de TPE/PME à impact positif ayant besoin de créer un site web basique.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Avoir créé un compte sur <https://wordpress.com>. Disposer d'un ordinateur portable compatible wifi.

Moyens pédagogiques

Présentation, exercice pratique et livret pédagogique.

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Ordinateur

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web

Marion Larcule, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, conceptrice designer graphique et intégratrice web

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis

[MATINALE] OUTILS RÉDACTIONNELS

DÉMYSTIFIER L'ÉCRIT EN FABRIQUANT UN "CHAPÔ"



Matinale
3h30



En Inter : 140€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

Il coiffe la plupart des articles journalistiques. Le "chapô" est un engin rédactionnel très identifiable et, surtout, utile pour rendre un texte efficace et informatif. Avec ses fameux "5 W", il permet de n'oublier aucun élément essentiel. Dans cet atelier, notre équipe vous propose de vous familiariser avec une méthode d'écriture qui va à l'essentiel. De quoi faciliter les premières lignes d'un écrit professionnel ou tout autre support de transmission ou de communication.

ENJEUX

- + Comment faciliter le rapport à l'écrit ?
- + Comment se mettre à écrire face à une feuille blanche ?
- + Comment rendre un texte clair et concis ?
- + Comment déployer cette méthode ?

CONTENU

- + Accueil et présentation du thème de la matinale
- + "Ice breaking"
- + Échange sur les freins à l'écriture auxquels les participants sont confrontés
- + Présentation de la méthode proposée pour "démystifier l'écrit"
- + Temps d'écriture à partir de cas concrets
- + Restitution des productions des participants
- + Synthèse

Public

Tout acteur de l'ESS confronté à la nécessité de produire des écrits professionnels, fiches actions ou rapports aux tutelles

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Aucun

Moyens pédagogiques

Présentation d'une méthodologie, exercices pratiques.

Moyens techniques

Papiers et stylos

Encadrement

Marjolaine Dihl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web
Jean-Luc Chovelon, journaliste professionnel et écrivain public

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis

[JOURNÉE] OUTILS RÉDACTIONNELS DE L'ACTION AU VERBE



1 jour
(7 heures)



En Inter : 280€^{TTC} / stagiaire
(Minimum 3 stagiaires)
En Intra : sur devis

Indispensable pour produire des rapports à ses financeurs ou pour faciliter la transmission de valeurs en interne comme en externe (via des fiches actions ou autres), l'écrit peut cependant rebuter certains professionnels. Si ces derniers mènent des actions de terrain qui ont un sens, ils peinent parfois à coucher cela sur papier. Dans cet atelier, notre équipe se propose d'accompagner des équipes confrontées à ces difficultés rédactionnelles pour démystifier l'écrit et détailler une méthode déclinable sur différents types de contenus.

ENJEUX

- + Comment transmettre ses valeurs en interne comme en externe (à moyens constants) ?
- + Comment expliciter ses actions auprès de ses financeurs (à moyens constants) ?
- + Comment faciliter la production d'écrits professionnels ?

CONTENU

- + Accueil et présentation du thème
- + Recueil des attentes des participants (notamment types d'écrits attendus)
- + Échange sur les freins à l'écriture auxquels les participants sont confrontés
- + Présentation de la méthode de facilitation rédactionnelle
- + Proposition de pistes de travail
- + Temps d'écriture à partir de cas concrets
- + Restitution des productions des participants
- + Analyse des différents écrits apportés par les participants (selon le niveau de confidentialité, aménagement possible)
- + Synthèse
- + Expérimentation au sein des structures
- + Retours d'expérience à J + 2 mois

Public

Tout acteur de l'ESS confronté à la nécessité de produire des écrits professionnels, fiches actions ou rapports aux tutelles.

Lieux

- En Intra : dans votre établissement
- En Inter : à Aix ou Marseille

Date

Organisé à la demande (au minimum 2 mois avant la date souhaitée)

Pré-requis

Aucun

Moyens pédagogiques

Présentation, travaux de groupe et livret pédagogique

Moyens techniques

- Papiers et stylos

Encadrement

Marjolaine Dohl, co-fondatrice de l'agence Dos Carré, responsable éditoriale et développeuse web
Jean-Luc Chovelon, journaliste professionnel et écrivain public

Appréciation des résultats

Bilan qualité (au format papier) fourni en fin de session.
À J+3 mois : évaluation des acquis

BULLETIN D'INSCRIPTION ATELIERS

Merci de nous adresser votre bulletin d'inscription par voie postale ou numérique à l'adresse postale ou mail indiquée en bas de page. Ce bulletin est exclusivement destiné aux inscriptions aux formations et ateliers. Sauf demande contraire de votre part, les informations qui sont recueillies ne sont destinées qu'au traitement de votre inscription et sont détruites à l'issue des sessions (évaluations comprises). Par retour de courrier, nous vous fournirons le détail des journées de formation, ainsi que le règlement intérieur. Veuillez noter que les formations ne se tiendront que si le nombre minimum de participants est atteint.

DATES SOUHAITÉES

(au minimum 2 mois après l'envoi du présent bulletin)

INTITULÉ DE L'ATELIER

.....

Nom :

Prénom :

Structure employeuse (le cas échéant) :

Adresse de facturation :

Téléphone :

Adresse mail professionnelle :

Adresse mail personnelle :

Statut : salarié demandeur d'emploi particulier

Prise en charge par votre employeur : oui non

Vos attentes concernant cette formation :

.....

.....

Comment avez-vous connu l'agence Dos Carré ?

Fait le :

À :

Signature du stagiaire

Fait le :

À :

Signature et/ou cachet du responsable

(le cas échéant)

CONDITIONS D'ANNULATION

Seule une annulation signifiée à Dos Carré par écrit 10 jours avant le début de la formation entraînera le remboursement des sommes versées. Après cette date, aucune demande d'annulation ne sera prise en compte, le montant des frais restera dû. Les demandes de remplacement de participants, formulées par écrit, restent possibles à tout moment.

ENVOI DU BULLETIN

Dos Carré
Route de Gardanne
La Barque
13710 Fuveau

bonjour@doscarre.com

NOUS CONTACTER

Dos Carré
Route de Gardanne
La Barque
13710 Fuveau

www.doscarre.com
bonjour@doscarre.com

MARJOLAINE DIHL
Co-fondatrice &
Responsable éditoriale
Mail : mdihl@doscarre.com
Tél : +(33)6 69 06 93 49

MARION LARCULE
Co-fondatrice &
Conceptrice designer graphique
Mail : mlarcule@doscarre.com
Tél : +(33)6 65 16 03 66

NOUS SUIVRE

