



**ACADEMY**

# CATALOGUE DE FORMATION

- Construire sa stratégie de communication & maîtriser sa communication professionnelle sur les réseaux sociaux
- Maîtriser les bases du graphisme pour créer des supports de communication
- Optimiser son référencement internet (SEO, SEA)
- Réussir sa campagne de crowdfunding & créer sa campagne de A à Z
- Utiliser WordPress pour animer et construire son site internet

SOUL MARKET  
www.soulmarket.fr  
contact@soulmarket.fr

06 89 14 63 40



FORMATIONS COMMUNICATION WEB & RÉSEAUX SOCIAUX

SIRET n° 840 343 156 00013 - Numéro de déclaration d'activité n° 76310917331

# NOS FORMATIONS

---

Soul Market est une agence de communication : nos formations ont pour vocation de permettre aux chefs d'entreprises, indépendants et professionnels de mieux gérer leur communication et de gagner en visibilité sur le web et en efficacité dans la manipulation des outils digitaux.

*Tous nos programmes sont personnalisables et modulables.*

---

## NOUS POUVONS PAR EXEMPLE :

- Découper les journées de formation en demi-journées
  - Rajouter des modules spécifiques en lien avec les projets en cours dans l'entreprise
  - Réaliser en amont de la formation un audit de la visibilité web de l'entreprise et des préconisations stratégiques
  - Faire des formations en groupe, en inter-entreprise ou en intra-entreprise, mais aussi des ateliers et conférences
  - Former des professionnels accompagnants de créateurs d'entreprises
  - Animer les formations sous forme d'ateliers co-créatifs
- 

## LES POSSIBILITÉS SONT NOMBREUSES, CONTACTEZ-NOUS POUR UN DEVIS :

contact@soulmarket.fr | 06 89 14 63 40

## PROGRAMMES ÉVOLUTIFS

Nos formations s'adressent aux professionnels : dirigeant(e)s d'entreprise, salariés, conseillers, etc.

Soul Market est une agence de communication spécialisée dans la création graphique, la création de sites internet WordPress, et le conseil en communication pour les TPE-PME.

Nos formations sont conçues par des opérationnels de la communication : elles se veulent pratico-pratiques et sont régulièrement mises à jour avec nos nouvelles compétences, méthodologies, et découvertes !

Notre volonté est de transmettre des outils pratiques pour permettre, aux apprenants de développer des compétences opérationnelles utiles et transposables immédiatement dans le quotidien de leurs activités professionnelles. Nos formations visent à doter les professionnels de méthodologies et bonnes pratiques adaptées à leurs compétences et à leurs ressources internes (temps disponible, budget, etc.).

Toutes nos formations incluent un temps de préparation au cours duquel le formateur va prendre connaissance des besoins, des problématiques et du contexte professionnel des apprenants. Le programme de la formation sera adapté pour répondre au mieux aux attentes des professionnels.

Toutes nos formations comprennent donc des exercices et temps d'échanges basés sur des exemples réels.

## LES PRISES EN CHARGE

Notre organisme de formation est référencé Datadock : nos formations peuvent donc être prises en charge par les OPCO, sur les budgets formation des entreprises.

## EN INDIVIDUEL OU EN GROUPE, EN PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

Nos formations peuvent être réalisées en individuel ou en groupe (inter ou intra). Nous pouvons aussi les réaliser en présentiel (partout en France), dans les locaux de l'entreprise ou dans des locaux que nous réservons, ou à distance.

Nos formations à distance sont réalisées en visioconférence : tous les apprenants doivent être munis d'une webcam et d'un micro, pour que les échanges soient les plus fluides possibles. Notre outil de partage d'écrans, accessible à tous les stagiaires, permet même à distance de réaliser une formation vivante, où les échanges sont nombreux et enrichissants pour l'ensemble des participants.

Nous proposons également des formations « blended » qui combinent formation en présentiel et formation à distance, pour plus de souplesse.

## SUIVI DES FORMATIONS

Soul Market Academy peut vous proposer un suivi à l'issue de votre formation, selon vos besoins : séances régulières ou ponctuelles de formation avancée, conseil et accompagnement en présentiel, visio ou par téléphone.

# SOMMAIRE

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION & RÉSEAUX SOCIAUX

- Construire une stratégie de communication annuelle, promouvoir une activité professionnelle, développer son activité et gérer sa relation client sur les réseaux sociaux. **2 JOURS** **P5**
- Promouvoir une activité professionnelle, développer son activité et gérer sa relation client sur les réseaux sociaux. **1 JOUR** **P8**

## RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

- Améliorer durablement son référencement internet (SEO, SEA). **2 JOURS** **P10**
- Comprendre les bases du référencement internet (SEO, SEA). **1 JOUR** **P14**

## GRAPHISME & CRÉATION

- Initiation Illustrator. **2 JOURS** **P17**
- Création graphique simple pour non-initiés / débutants. **1 JOUR** **P20**

## CROWDFUNDING

- Réussir sa campagne de financement participatif (crowdfunding). **1 JOUR** **P22**
- Préparer et planifier sa campagne de crowdfunding. **2 JOURS** **P24**

## WORDPRESS

- Animer et administrer son site internet sous WordPress. **1 JOUR** **P27**
- Créer un site vitrine simple (max 3 pages) sous WordPress. **2 JOURS** **P29**
- Formation / co-création complète de site internet sous WordPress. **SELON PROJET** **P31**

## L'AGENCE

- Présentation de l'agence & des formatrices - Nos références **P34**

# RÉSEAUX SOCIAUX

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ANNUELLE, PROMOUVOIR UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE, DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ ET GÉRER SA RELATION CLIENT.

2 JOURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Construire une stratégie digitale performante : développer une communauté, créer de l'engagement et du contact.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants, etc.

## PRÉ-REQUIS

- Connaître les usages de base des réseaux sociaux dans un cadre professionnel.
- Être équipé d'un ordinateur portable le jour de la formation et d'une connexion internet.
- Avoir en sa possession tous les codes et accès indispensables pour se connecter aux comptes déjà existants sur les réseaux sociaux.

Durée : 2 x 1 jour (7h)  
= 14 heures

Coût : 1000 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



**Méthodes & moyens pédagogiques :**  
Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Solène Barrès

[solene@soulmarket.fr](mailto:solene@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## JOUR 1

### CONNAÎTRE ET CHOISIR LES BONS MÉDIAS (FACEBOOK, INSTAGRAM, GOOGLE MY BUSINESS, LINKEDIN,...)

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux, des usages et des utilisateurs
- Fonctionnalités spécifiques à chaque réseau



### EXERCICE

Sélectionner les bons médias selon son activité, son marché, ses cibles et ses ressources internes (priorités, temps et compétences disponibles)

## ANALYSE DE LA VISIBILITÉ WEB, DU MARCHÉ ET DES OPPORTUNITÉS DE COMMUNICATION

- Audit de l'existant
- Analyse du marché : concurrents principaux, clients / cibles potentiels, success stories ...

## ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION SOCIAL MEDIA

- Identification des cibles et personas
- Repérer les opportunités de communication et de différenciation et définir son positionnement sur les réseaux sociaux
- Définir ses mots clés, construire sa ligne éditoriale et son contenu
- Définir ses objectifs de développement (de notoriété, de communauté ...)
- Mettre en place une veille & curation et observer les best practices (en France et à l'international)



### EXERCICE

Identifier les opportunités de communication d'une TPE, en lien avec sa stratégie commerciale et de développement

# JOUR 2

## CRÉATION DE CONTENU PERTINENT

- L'importance de l'image : créer des visuels et des infographies percutantes
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié
- La vidéo reine des réseaux sociaux, la story dépasse la publication
- Créer son image de marque sur les réseaux sociaux et adopter une stratégie de blogging et/ou de storytelling
- Maîtriser le call to action
- Rédaction de posts : adapter le message et la forme à la cible



### EXERCICE

Créer un visuel de publication sur Canva et créer une story sur Instagram

## ORGANISATION & PLANIFICATION

- Créer un planning de publication
- Gagner du temps : préparer et programmer ses publications

- Suivre son activité au quotidien, être réactif
- Modération : répondre à des avis négatifs



### EXERCICE

Programmer une publication sur Hootsuite, réaliser un tableau de publication

## DÉVELOPPER SA COMMUNAUTÉ ET GAGNER DE NOUVEAUX PROSPECTS

- Développer et fidéliser sa communauté
  - Construire une communauté, créer du lien et renforcer son engagement : faire des publications « call to action » et installer du dialogue, des échanges (groupes, blogs, etc.)
  - Modération : répondre à des avis négatifs
  - Identifier, approcher et travailler avec des influenceurs, ambassadeurs, blogueurs
  - Mettre en place une stratégie de networking
- Approche directe / prospection
  - Les bonnes pratiques en fonction du réseau choisi : LinkedIn, Facebook, sites spécialisés, Instagram, Twitter ...
  - Ciblage pertinent
  - Développer son image de marque employeur
  - Newsletters / emailings : bonnes pratiques, réglementation et outils (Mailchimp, etc.)
- Sponsoring / publicité
  - Définir un budget de sponsoring et créer une campagne (Facebook, Instagram, LinkedIn Premium ...)
  - Optimiser son référencement naturel et programmer une campagne Google Ads (SEO et SEA)
  - Construction d'un budget annuel de publicité réseaux sociaux / web



### EXERCICE

Créer une campagne de sponsoring sur Facebook et Instagram Business Manager, répondre à un avis négatif sur Google My Business.

## MESURER L'EFFICACITÉ DE LA COMMUNICATION DIGITALE

- Évaluer la performance des publications et des supports (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google My Business)
- Mesurer / analyser / corriger les actions mises en place au regard des objectifs fixés et réajuster ses objectifs et plan d'action

# RÉSEAUX SOCIAUX

PROMOUVOIR UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE,  
DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ ET GÉRER SA RELATION  
CLIENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

1  
JOUR

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Connaître l'usage des réseaux sociaux à des fins professionnelles et savoir les utiliser correctement pour gagner en visibilité.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants, etc.

## PRÉ-REQUIS

- Avoir un compte personnel sur les réseaux sociaux visés.
- Être équipé d'un ordinateur portable le jour de la formation.
- Avoir en sa possession tous les codes et accès indispensables pour se connecter aux comptes déjà existants sur les réseaux sociaux.

Durée : 1 jour (7h)

Coût : 600 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Solène Barrès

[solene@soulmarket.fr](mailto:solene@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## CONNAÎTRE ET CHOISIR LES BONS MÉDIAS (FACEBOOK, INSTAGRAM, GOOGLE MY BUSINESS, LINKEDIN,...)

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux, des usages et des utilisateurs
- Fonctionnalités spécifiques à chaque réseau

## DÉFINIR SON POSITIONNEMENT SOCIAL MEDIA ET IDENTIFIER SES OPPORTUNITÉS DE COMMUNICATION

- Comprendre son marché : concurrents principaux, clients / cibles potentiels...
- Définir son ciblage



- Repérer les opportunités de communication et de différenciation et définir son positionnement sur les réseaux sociaux
- Définir ses mots clés, construire sa ligne éditoriale et son contenu
- Définir ses objectifs de développement (de notoriété, de communauté ...)



### EXERCICE

Identifier les opportunités de communication d'une TPE, en lien avec sa stratégie commerciale et de développement

## CRÉATION DE CONTENU PERTINENT

- L'importance de l'image : créer des visuels et des infographies percutantes
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié
- La vidéo reine des réseaux sociaux, la story dépasse la publication
- Créer son image de marque sur les réseaux sociaux et adopter une stratégie de blogging et/ou de storytelling
- Maîtriser le « call to action »
- Rédaction de posts : adapter le message et la forme à la cible



### EXERCICE

Créer un visuel de publication sur Canva et créer une story sur Instagram

## ORGANISATION & PLANIFICATION

- Créer un planning de publication
- Gagner du temps : préparer et programmer ses publications



### EXERCICE

Programmer une publication sur Hootsuite, réaliser un tableau de publication

## DÉVELOPPER SA COMMUNAUTÉ ET GAGNER DE NOUVEAUX PROSPECTS

- Développer et fidéliser sa communauté, créer du lien et renforcer son engagement : faire des publications « call to action » et installer du dialogue, des échanges (groupes, blogs, etc.)
- Approche directe / prospection : comprendre les bonnes pratiques en fonction du réseau choisi : LinkedIn, Facebook, sites spécialisés, Instagram, Twitter ...
- Sponsoring / publicité : définir un budget de sponsoring, créer une campagne de sponsoring (Facebook, Instagram, LinkedIn Premium ...)



### EXERCICE

Sponsoriser un post sur Facebook et répondre à un avis négatif sur Google My Business

# RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

AMÉLIORER DURABLEMENT SON RÉFÉRENCIEMENT INTERNET (SEO, SEA).

2 JOURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Aller plus loin avec le SEO augmenter son référencement local et sa e-réputation, accroître sa notoriété et suivre ses statistiques de référencement.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Toute personne soucieuse de la performance de son site : créateurs / repreneurs d'entreprise, dirigeants de TPE / PME, indépendants, associations, collectivités, professionnels de la communication, personnes en charge de la communication en entreprise, etc.

## PRÉ-REQUIS

- Être à l'aise avec l'ordinateur, avec internet et familier de son site internet
- Disposer d'un site internet opérationnel (en ligne) et idéalement, disposer des accès administrateur.

Durée : 2 x 1 jour (7h)  
= 14 heures

Coût : 1200 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Gaëlle Neuvic

[gaelle@soulmarket.fr](mailto:gaelle@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## JOUR 1

### APERÇU GLOBAL DU RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

- Qu'est-ce que le référencement ?
- Quelles sont les différences entre SEO, SEA, SEM & ASO ?
- Structure du SERP (organique vs. payé)
- Facteurs de positionnement

## COMPRENDRE LES SPÉCIFICITÉS DES PRINCIPAUX MOTEURS DE RECHERCHE

- Comment fonctionne un moteur de recherche?
- Pourquoi choisir Google vs. autres moteurs de recherche (Yahoo, Bing, Baidu, Yandex)?
- Bonnes pratiques & pratiques déconseillées



### EXERCICE PRATIQUE ET/OU QUIZ

## RECHERCHE SUR INTERNET TYPES DE RECHERCHES ET D’AFFICHAGE DES RÉSULTATS

## ALGORITHME GOOGLE LES DIFFÉRENTS CRITÈRES PRIS EN COMPTE

## RÉDIGER SON CONTENU CHOIX DES MOTS CLÉS & EXPRESSIONS LONGUES TRAINES

- Écrire pour le référencement, maîtriser la bonne densité et l’organisation sémantiques
- L’importance du contenu nouveau (actualité, article de blog ...)
- Paramétrage du contenu paginé : titres des pages, url et noms des fichiers
- Créer des liens internes & externes
- L’importance des images et des vidéos
- Les mots clés : approche stratégique
  - Le choix des mots (mots outils vs. expressions longue traine)
  - Utilitaire
  - Optimisation



### EXERCICE PRATIQUE ET/OU QUIZ

## CONSTRUCTION DU SITE INTERNET SITE MAP ET HIÉRARCHISATION DES DONNÉES

## OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT MAÎTRISER LES DIFFÉRENTES TECHNIQUES

- In-page / off-page, liens hypertextes, métadonnées HTML

- Choix des noms de domaine
- Choix des images, vidéos & fichiers
- Optimiser la vitesse de chargement et la fluidité du site



#### EXERCICE PRATIQUE ET/OU QUIZ

## NOTIONS DE SEA (RÉFÉRENCEMENT PAYANT)

- Pourquoi faire une campagne de référencement payant (SEA) sur Google ?
- Notion de ROI sur Google (retour sur investissement) : quel budget ?
- Étude de la concurrence, de la rentabilité et de la stratégie marketing
- Mise en place d'une campagne de base
- Gestion et suivi de campagnes payantes

## JOUR 2

## AVANTAGES DU RÉFÉRENCEMENT LOCAL

- Google Actualités
- Google My Business (référencement local)
- Savoir référencer ses images et vidéos YouTube (outils Google)
- FAQ (20 questions)

## E-RÉPUTATION ET RÉFÉRENCEMENT

- Bilan de sa e-réputation
- Audit de base sur Google
- Vérification des profils sur les réseaux sociaux
- Contrôler les avis sur Google et autres sites spécialisés
- Gestion et contrôle de sa e-réputation avec des outils en ligne

## NETLINKING & INFLUENCEURS

- Les backlinks dans le SEO
- Capturer les influenceurs du web
- Accroître sa notoriété

## SUIVI DU RÉFÉRENCEMENT RAPPORT, CONTRÔLE ET GESTION

- Tableau de bord SEO
- Search Console : principales fonctionnalités
- Indexation et positionnement
- Google Analytics

# RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

COMPRENDRE LES BASES DU RÉFÉRENCIEMENT INTERNET (SEO, SEA).

1  
JOUR

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Acquérir les bases du référencement internet :

- Comprendre le fonctionnement de l'algorithme Google.
- Identifier les différentes techniques et les outils permettant d'impacter son référencement naturel (SEO).
- Comprendre les mécanismes du référencement payant & savoir paramétrer une campagne Google Ads (SEA).
- Pouvoir superviser un webmaster ou un développeur dans le cadre d'une refonte de site internet.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Toute personne soucieuse de la performance de son site : créateurs / repreneurs d'entreprise, dirigeants de TPE / PME, indépendants, associations, collectivités, professionnels de la communication, etc.

## PRÉ-REQUIS

- Être à l'aise avec l'ordinateur, avec internet et familier de son site internet.
- Disposer d'un site internet opérationnel (en ligne) et idéalement, disposer des accès administrateur.

Durée : 1 jour (7h)

Coût : 700 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Gaëlle Neuvic

gaelle@soulmarket.fr

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## APERÇU GLOBAL DU RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

- Quelles sont les différences entre SEO, SEA, SEM & ASO ?
- Qu'est-ce que le référencement ?
- Structure du SERP (organique vs. payé)
- Facteurs de positionnement

## COMPRENDRE LES SPÉCIFICITÉS DES PRINCIPAUX MOTEURS DE RECHERCHE

- Comment fonctionne un moteur de recherche ?
- Pourquoi choisir Google Vs. autres moteurs de recherche (Yahoo, Bing, Baidu, Yandex) ?

## BONNES PRATIQUES & PRATIQUES DÉCONSEILLÉES



### EXERCICE PRATIQUE ET/OU QUIZ

## RECHERCHE SUR INTERNET

### TYPES DE RECHERCHE ET D’AFFICHAGE DES RÉSULTATS

## ALGORITHME GOOGLE

### LES DIFFÉRENTS CRITÈRES PRIS EN COMPTE

## RÉDIGER SON CONTENU

### CHOIX DES MOTS CLÉS & EXPRESSIONS LONGUES TRAINES

- Écrire pour le référencement, maîtriser la bonne densité et l’organisation sémantiques
- L’importance du contenu nouveau (actualité, article de blog ...)
- Paramétrage du contenu paginé : titres des pages, url et noms des fichiers
- Créer des liens internes & externes
- L’importance des images et des vidéos
- Les mots clés : approche stratégique
  - Le choix des mots (mots outils vs. expressions longue traine)
  - Utilitaire
  - Optimisation



### EXERCICE PRATIQUE ET/OU QUIZ

## LES DIFFÉRENTES TECHNIQUES D’OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT

- In-page / off-page, liens hypertextes, métadonnées HTML
- Choix du noms de domaine
- Choix des images, vidéos & fichiers

- Optimiser la vitesse de chargement et la fluidité du site



## EXERCICE PRATIQUE ET/OU QUIZ

### NOTIONS DE SEA (RÉFÉRENCEMENT PAYANT)

- Pourquoi faire une campagne de référencement payant (SEA) sur Google ?
- Notion de ROI sur Google (retour sur investissement) : quel budget ?
- Étude de la concurrence, de la rentabilité et de la stratégie marketing
- Mise en place d'une campagne de base
- Gestion et suivi de campagnes payant



# GRAPHISME & CRÉATION

INITIATION ILLUSTRATOR : NIVEAU DÉBUTANT.

2 JOURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Apprendre les fonctions essentielles du logiciel et les bases du dessin vectoriel : créer des illustrations et décliner une charte graphique.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants, etc.

## PRÉ-REQUIS

- Maîtriser l'environnement informatique
- Être équipé d'un ordinateur par stagiaire, avec la dernière version d'Illustrator

Durée : 2 x 1 jour (7h)  
= 14 heures

Coût : 1000 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 8 pers. max.)



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Gaëlle Neuvic

[gaelle@soulmarket.fr](mailto:gaelle@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut pratique et comprendra une trame de nombreux exercices & phases de mises en application.*

## JOUR 1

### INTRODUCTION

- Comprendre la différence entre un dessin bitmap (pixels) et vectoriel
- Choisir le format de document et d'impression

## PRÉSENTATION D'ADOBE ILLUSTRATOR ET DE SON INTERFACE

- Découvrir les outils : plans de travail, affichage, règles, calques, repères, grilles, outils et panneaux
- Présentation des principaux outils & palettes
- Importer une image

## LES FORMES VECTORIELLES DE BASE : CRÉATION & DÉFORMATION

- Créer des formes simples : rectangle, ellipse, polygone, triangle
- Déformation, utilisation du cadre de sélection
- Comprendre ce que sont le point d'ancrage (sommet ou courbe), le vecteur et la poignée de direction



### EXERCICE

*Création d'un triangle avec l'outil polygone, déformation de l'objet.*

## S'INITIER À LA CRÉATION DE TRACÉS & MANIPULATION

- Créer des tracés simples avec différents outils : plume, crayons, pathfinder, dégradés de formes
- Appréhender les outils : flèches, lassos, transformations, alignements et répartition
- Effectuer des opérations sur les tracés, lissage



### EXERCICE

*Créer un tracé avec effet*

## GÉRER LA COULEUR DE FOND ET DE CONTOUR

- Appréhender les panneaux nuanciers, dégradés, motifs et guide des couleurs
- Gérer la transparence et les dégradés
- Utiliser la palette contour

## CRÉER & MANIPULER LES CALQUES

- Comprendre le principe des calques
- Organiser, nommer, afficher et verrouiller ses calques
- Lister les noms, actions sur les objets, options



## **EXERCICE**

*Créer un calque de repères verrouillé*

# DÉCOUVRIR LES FONCTIONNALITÉS DE TYPOGRAPHIE

- Prendre en main les palettes caractère & paragraphe
- Maîtriser les outils de texte, de texte sur tracés, d'habillage de texte



## **EXERCICE**

*Dessiner par-dessus une image importée, Créer une carte de visite, une illustration ou un flyer*

# GRAPHISME & CRÉATION

CRÉATION GRAPHIQUE SIMPLE POUR  
NON-INITIÉS / DÉBUTANTS SUR CANVA.

1  
JOUR

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre ce que sont une charte graphique, une identité visuelle et savoir créer simplement des visuels pour son activité sur un logiciel gratuit (Canva).

## PUBLIC DE LA FORMATION

Profils non-graphistes : dirigeants de TPE-PME, personnes en charge de la communication dans l'entreprise, associations, indépendants ...

## PRÉ-REQUIS

- Maîtriser l'environnement informatique
- Être équipé d'un ordinateur par stagiaire, avec une connexion internet.

Durée : 1 jour (7h)

Coût : 500 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 8 pers. max.)



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Gaëlle Neuvic

[gaelle@soulmarket.fr](mailto:gaelle@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut pratique et comprendra de nombreux exercices & phases de mises en application.*

## DÉFINIR SES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

- Connaître son image de marque et ses messages clés
- Définir son style graphique & sa ligne éditoriale

## COMPRENDRE CE QUE SONT UNE CHARTE GRAPHIQUE & UNE IDENTITÉ VISUELLE

- Logo, polices et couleurs.
- Dans quelles conditions utiliser son logo?

## CONNAÎTRE LES PRINCIPAUX FORMATS DE FICHER IMAGE

- pdf, .png, .jpg
- .ai, .eps, .psd

## DÉCOUVRIR CANVA

- Présentation des fonctionnalités Canva
- Choisir un modèle, définir la bonne taille
- Importer ses propres images
- Personnaliser son visuel : zones de texte, fond de l'image, polices, zones d'image, effets ...
- Télécharger son image

## MISE EN PRATIQUE



### EXERCICES

- Créer une image de couverture Facebook ou LinkedIn*
- Créer un post pour les réseaux sociaux*
- Créer un papier en-tête*
- Créer une carte de visite*
- Créer un flyer*

# CROWDFUNDING

RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF (CROWDFUNDING).

1  
JOUR

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Définir les objectifs de sa campagne de financement participatif, mettre en place un plan d'actions & réussir sa collecte.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Porteurs de projets, créateurs / repreneurs d'entreprises, chefs d'entreprises, associations, collectivités, start-ups ...

## PRÉ-REQUIS

Avoir un projet défini (création d'entreprise, lancement de produit, projet culturel ou associatif, levée de fonds caritative, etc.).

Durée : 1 jour (7h)

Coût : 600 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Solène Barrès

[solene@soulmarket.fr](mailto:solene@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## FINANCEMENT PARTICIPATIF : PRINCIPES & FONCTIONNEMENT

- Le crowdfunding à travers le monde : les évolutions, les enjeux, le potentiel
- Panorama rapide des différentes plateformes de crowdfunding, en France et à l'international
- Le principe et les « règles » du crowdfunding



### JEU « LE SAVIEZ-VOUS ? »

Les marques célèbres qui se sont lancées sur une plateforme de crowdfunding

## PRÉPARER SON DOSSIER

- Définir son projet : à quel stade d'avancement en est-on? (test de prototype, développement d'activité, stade de la recherche, entreprise en création ou déjà créée ...) Quels sont les objectifs de la campagne? À quoi les fonds collectés vont-ils servir?
- Monter son budget : chiffrer ses besoins, estimer les coûts de la campagne (communication, déplacements, évènements, impression, expéditions ...), chiffrer les montants des contreparties (coûts de fabrication, d'emballage, d'expédition, coûts de revient ...)
- Créer un rétroplanning des 3 phases de la campagne : en amont, pendant, et après la campagne.



### EXERCICE

À partir d'un cas fictif ou réel, estimer l'objectif chiffré (montant de collecte à atteindre) d'une campagne et créer un rétroplanning en 3 phases.

## CHOISIR UNE PLATEFORME DE CROWDFUNDING

- Choisir la plateforme la plus adaptée à son projet en fonction de l'offre proposée par les acteurs du marché, de la teneur du projet, de ses cibles.
- Déterminer la durée de la campagne.



### EXERCICE

À partir de 3 projets fictifs ou réels, déterminer la plateforme idéale.

## RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING

- Bien rédiger sa campagne :
  - Travailler son « pitch » ou son accroche, synthétiser / « vulgariser » son discours
  - Construire le plan de la campagne : organiser les idées
  - Bien présenter sa campagne : mise en page, scénarisation et storytelling / ambassadeurs / blogueurs
- Sectoriser son audience / sa communauté : cercle(s) proche(s) (amis, familles), réseaux personnels et professionnels, médias, ambassadeurs, influenceurs ...
- Communiquer autour de la campagne :
  - Adapter le message aux cibles (approche technique ou simplifiée du projet, etc.)
  - Utiliser les différents canaux de communication (mailing, sms, évènements, communiqués, réseaux sociaux, etc.)



### CAS PRATIQUE

À partir d'un cas réel ou fictif, rédiger le plan d'une campagne, identifier les cibles de communication et choisir les canaux de communication les plus adaptés.

# CROWDFUNDING

PRÉPARER ET PLANIFIER SA CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF (CROWDFUNDING).

2 JOURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Préparer et planifier sa campagne de crowdfunding.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Porteurs de projets, créateurs / repreneurs d'entreprises, chefs d'entreprises, associations, collectivités, start-ups ...

## PRÉ-REQUIS

Avoir un projet défini (création d'entreprise, lancement de produit, projet culturel ou associatif, levée de fonds caritative, etc.).

Durée : 2 x 1 jour (7h)  
= 14 heures

Coût : 1000 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Solène Barrès

[solene@soulmarket.fr](mailto:solene@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## JOUR 1

### FINANCEMENT PARTICIPATIF : PRINCIPES & FONCTIONNEMENT

- Le crowdfunding à travers le monde : les évolutions, les enjeux, le potentiel
- Panorama rapide des différentes plateformes de crowdfunding, en France et à l'international
- Le principe et les « règles » du crowdfunding





## JEU « LE SAVIEZ-VOUS ? »

Les marques célèbres qui se sont lancées sur une plateforme de crowdfunding

### PRÉPARER SON DOSSIER

- Définir son projet : à quel stade d'avancement en est-on? (test de prototype, développement d'activité, stade de la recherche, entreprise en création ou déjà créée ...) Quels sont les objectifs de la campagne? À quoi les fonds collectés vont-ils servir?
- Monter son budget : chiffrer ses besoins, estimer les coûts de la campagne (communication, déplacements, évènements, impression, expéditions ...), chiffrer les montants des contreparties (coûts de fabrication, d'emballage, d'expédition, coûts de revient ...)
- Créer un rétroplanning des 3 phases de la campagne : en amont, pendant, et après la campagne.



#### EXERCICE

À partir d'un cas fictif ou réel, estimer l'objectif chiffré (montant de collecte à atteindre) d'une campagne et créer un rétroplanning en 3 phases.

### CHOISIR UNE PLATEFORME DE CROWDFUNDING

- Choisir la plateforme la plus adaptée à son projet en fonction de l'offre proposée par les acteurs du marché, de la teneur du projet, de ses cibles.
- Déterminer la durée de la campagne.



#### EXERCICE

À partir de 3 projets fictifs ou réels, déterminer la plateforme idéale.

### RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING

- Bien rédiger sa campagne :
  - Travailler son « pitch » ou son accroche, synthétiser / « vulgariser » son discours
  - Construire le plan de la campagne : organiser les idées
  - Bien présenter sa campagne : mise en page, scénarisation et storytelling / ambassadeurs / blogueurs
- Sectoriser son audience / sa communauté : cercle(s) proche(s) (amis, familles), réseaux personnels et professionnels, médias, ambassadeurs, influenceurs ...
- Communiquer autour de la campagne :
  - Adapter le message aux cibles (approche technique ou simplifiée du projet, etc.)
  - Utiliser les différents canaux de communication (mailing, sms, évènements, communiqués, réseaux sociaux, etc.)

# JOUR 2

## CONSTRUIRE SON PLAN DE CONTREPARTIES

- Définir les montants des contreparties proposées
- Chiffrer les coûts des contreparties

## RÉDIGER SES PALIERS DE CAMPAGNE

- Présenter l'évolution du projet à court et moyen terme
- Anticiper les dépassements d'objectif

## RÉDIGER SES TEXTES DE CAMPAGNE

- Choisir sa ligne éditoriale et le ton de la campagne
- Rédiger des textes clairs et impactants pour la campagne et les différents modes de communication (emailing, sms, réseaux sociaux ...)

## RÉALISER SES VISUELS DE CAMPAGNE

- Concevoir une mise en page de campagne attractive
- Mettre en forme les titres
- Créer des infographies et des schémas

## CRÉER DES VISUELS DE COMMUNICATION

- Créer des visuels pour les réseaux sociaux
- Créer des supports de communication simples : stickers, flyers, etc.

# WORDPRESS

ADMINISTRER ET ANIMER SON SITE INTERNET SOUS WORDPRESS.

1  
JOUR

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Animer de façon autonome son site internet : créer des articles, intégrer des images, mettre à jour le CMS et les plugins.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Indépendants, chefs d'entreprises, responsables de la communication en entreprise / association.

## PRÉ-REQUIS

Avoir un site internet réalisé sous Wordpress.  
Disposer des codes administrateur.

NB : Le formateur se réserve le droit d'annuler la formation si les accès administrateur, le choix du builder ou du thème ne permettent pas d'assurer pleinement la formation.

Durée : 1 jour (7h)

Coût : 600 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Gaëlle Neuvic

[gaille@soulmarket.fr](mailto:gaille@soulmarket.fr)

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## INTRODUCTION À WORDPRESS

- CMS open source, communautaire, fiable, flexible et expansif
- Lexique : Catégorie, page, article, commentaire, thème, CMS, tag, plugin, builder

## UTILISER WORDPRESS

- Naviguer dans le back office : l'admin du site

- Comprendre ce qu'est une catégorie et modifier des éléments simples
- Comprendre ce qu'est une page et modifier des éléments simples (+ intégrer des éléments de texte, images, vidéos, selon la complexité du site)
- Gérer sa bibliothèque de médias
- Gérer ses permaliens
- Les articles :
  - Créer un nouvel article (page actualité, réalisations, blog ...)
  - Interface de publication
  - Insertion d'images, de vidéos, de documents
  - Comment écrire pour le web ?
  - Paramétrer l'article pour optimiser son SEO
  - Gérer les commentaires



#### EXERCICE

*Selon la construction du site et le niveau de maîtrise du stagiaire, modifier une page du site (intégrer une image, un carrousel, changer la police ...) et/ou créer et rédiger un article de 300 mots.*

## PLUGINS WORDPRESS

- Installer, désactiver ou désinstaller un plugin / widget

## PARAMÉTRAGES DU SITE

- Gérer les accès utilisateurs
- Gérer les options générales

## SAUVEGARDES & MISES À JOUR

- Effectuer des mises à jour du CMS et des plugins
- Sauvegarder régulièrement le site et la base de données

# WORDPRESS

CRÉER UN SITE VITRINE SIMPLE (MAX. 3 PAGES)  
SOUS WORDPRESS.

2 JOURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Créer un site internet vitrine simple sous Wordpress.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Indépendants, chefs d'entreprises, responsables de la communication en entreprise / association.

## PRÉ-REQUIS

Avoir une bonne connaissance de l'outil informatique et du web.

Durée : 2 x 1 jour (7h)  
= 14 heures

Coût : 1200 € HT



### Modalités :

En individuel ou en groupe (jusqu'à 12 pers. max.)  
En présentiel ou à distance.



### Méthodes & moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. Remise d'une fiche synthétique.

Formateur : Gaëlle Neuvic

gaelle@soulmarket.fr

06 89 14 63 40

*La formation se veut interactive et comprendra une trame générale et des modules et exercices spécifiques en lien avec l'activité et les projets des stagiaires.*

## INTRODUCTION À WORDPRESS

- CMS open source, communautaire, fiable, flexible et expansif
- Lexique : Catégorie, page, article, commentaire, thème, CMS, tag, plugin, builder

## INSTALLER WORDPRESS

- Choisir un thème Wordpress & choisir un builder
- Installer et configurer Wordpress, choisir le nom de domaine et l'hébergement (méthode simple)

## UTILISER WORDPRESS

- Naviguer dans le back office : l'admin du site
- Prendre en main le builder
- Choisir le paramétrage de base de son site internet : couleurs, polices, disposition des éléments
- Créer des catégories
- Créer des pages
- Créer des articles
- Gérer sa bibliothèque de médias
- Gérer ses permaliens
- Insérer des images, vidéos et documents

## SEO & RÉDACTION WEB : QUELQUES BASES

- Comprendre comment écrire pour le web
- Paramétrer ses pages et articles pour optimiser son SEO

## PLUGINS WORDPRESS

- Installer, désactiver ou désinstaller un plugin / widget

## PARAMÉTRAGES DU SITE

- Gérer les accès utilisateurs
- Gérer les options générales

## SAUVEGARDES & MISES À JOUR

- Effectuer des mises à jour du CMS et des plugins
- Sauvegarder régulièrement le site et la base de données



### **CAS PRATIQUE SUR 2 JOURS**

*Construire un site vitrine de 1 à 3 pages.*

# WORDPRESS

CRÉER UN SITE VITRINE SOUS WORDPRESS,  
FORMATION INDIVIDUELLE.

5 à 7 JOURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Créer un site internet vitrine sous Wordpress.

## PUBLIC DE LA FORMATION

Indépendants, chefs d'entreprises, responsables de la communication en entreprise / association.

## PRÉ-REQUIS

Avoir une bonne connaissance de l'outil informatique et du web.

*La formation a pour objectif de co-construire avec le stagiaire un site internet abouti et finalisé dans le temps imparti. Cependant, le formateur ne pourra être tenu responsable si le site n'a pas pu être entièrement exécuté pendant la formation. Le stagiaire disposera néanmoins des compétences nécessaires pour terminer celui-ci et un suivi pourra être lui être proposé.*

Durée : 5 à 7 jours (7h)  
= 35 à 49 heures

Coût : 3000 € HT à  
4200 € HT



### Modalités :

En individuel ou en intra (jusqu'à 2 pers. max.)



**Méthodes & moyens pédagogiques :**  
Apports théoriques, exercices pratiques, échanges. co-création.

Formateur : Gaëlle Neuvic

gaelle@soulmarket.fr

06 89 14 63 40

## JOUR 1

### LE BACKOFFICE DE WORDPRESS : DÉCOUVERTE & INSTALLATION

- Achat du nom de domaine, d'un hébergement et installation de Wordpress
- Premiers réglages du site
- Configuration minimales requises (HTTPS, sécurité, plugins indispensables)
- Comprendre les plugins et les widgets
- Comprendre le back office et ses principales fonctionnalités
- Comprendre le FTP et quand utiliser son site en local
- RGPD et politique de confidentialité

# JOUR 2

## LES BASES DE WORDPRESS

- Installation d'un thème et d'un builder, personnaliser son site web (choix entre 2 thèmes et 2 builder)
- Choisir le paramétrage de base de son site internet : couleurs, polices, disposition des éléments (réflexion sur le choix des polices, des couleurs et de l'imagerie)
- Réflexion sur l'architecture du site et l'expérience utilisateur
- Créer des menus
- Créer des catégories et portfolios
- Gérer sa bibliothèque de médias
- Gérer ses permaliens et les optimiser pour le référencement

# JOUR 3

## PRISE EN MAIN DU BUILDER

- Qu'est-ce qu'un builder et comment l'utiliser ?
- Découvrir l'ensemble des fonctionnalités du builder (en fonction du choix du builder)
- Utilisation des marges et espacements
- Créer son site pour tous les écrans (responsive)
- Création des premières pages du site sur le builder et définition de la structure : arrière-plan, zones de contenus, entête, pied de page, etc.

# JOUR 4

## CRÉATION ET GESTION DES IMAGES

- Introduction à la création d'images vectorielles
- Connaître les principaux formats de fichier image : .pdf, .png, .jpg, .ai, .eps, .psd
- Création de visuels, fonds, pictogrammes sur Illustrator (ou logiciel gratuit)
- Intégrer les images sur son site web : règles et bonnes pratiques
- Gérer les tailles d'images et les paramétrer pour le SEO
- Intégration des images sur les pages, portfolio, articles, etc.



# JOUR 5

## SEO, MAINTENANCE ET BONNES PRATIQUES

- Introduction au référencement (Google et règles de base du SEO)
- Google My Business
- Comprendre comment écrire pour le web
- Paramétrer ses pages et articles pour optimiser son SEO
- Gérer les accès utilisateurs
- Gérer les options générales
- Effectuer des mises à jour du CMS et des plugins.
- Sauvegarder régulièrement le site et la base de données
- Enregistrer et uploader les templates de pages



### **CAS PRATIQUE SUR 5 JOURS**

*Construire un site vitrine de 5 à 6 pages.*

# L'AGENCE

Soul Market est une jeune agence de communication située à Toulouse. Nous travaillons principalement avec des TPE-PME.

Nous sommes spécialisées dans la création graphique, la création de sites internet (sous WordPress), le référencement naturel et le conseil en crowdfunding.

Nous avons développé notre activité de formation à la demande de nos clients qui souhaitent apprendre à mieux gérer leur propre communication et à être plus autonomes.

## NOS VALEURS

Nos formations n'ont pas pour but de donner la marche à suivre : il n'y a jamais qu'une seule bonne façon de faire. Nous croyons aussi que c'est à la formation de s'adapter au professionnel, à ses compétences et à ses ressources, et pas l'inverse.

### AINSI, SOUL MARKET ACADEMY S'ENGAGE À :

- Se former en continu, faire évoluer ses compétences, pour proposer des formations concrètes et évolutives
- Proposer des thèmes de formation en adéquation avec les attentes des professionnels, entrepreneurs et salariés
- Personnaliser tous ses programmes en fonction du public et des attentes des participants
- Travailler si possible sur les projets des apprenants, et sinon sur des cas pratiques réels

## LES FORMATRICES

### SOLÈNE BARRÈS

- Consultante en communication
- Formatrice Réseaux Sociaux depuis 2016
- Experte Crowdfunding

### GAËLLE NEUVIC

- Graphiste, designer web
- Développeuse web Wordpress
- Experte WordPress et référencement internet

# NOS RÉFÉRENCES

---

- Région Occitanie
  - ASFO GRAND SUD
  - BGE Sud Ouest
  - InCube, Incubateur de l'Université de Perpignan
  - Communauté d'agglomération de l'Albigeois
  - CCI LOZERE, CCI HÉRAULT, CCI GARD, CCI ARIEGE, CCI Aude
  - BGE OUEST AUDIOIS
  - RMINE
  - ADIE
  - La Maison de l'Initiative Comminges
  - Le Comptoir des Entrepreneurs
  - CMA 09
  - BGE ouest audiois, BGA Béziers
  - CEEI Plein Sud Entreprises
- INITIATIVE Gard, Initiative Montpellier CMA 81
  - IMT Mines Alès
  - Initiative Coeur d'hérault
  - SICOVAL
  - Airdie
  - BIC Innov'up / CEEI DE NIMES
  - BIC Montpellier Méditerranée Métropole
  - CAF de Tarbes
  - Réseau Mine de Talents
  - Interfaces
  - Axlr
  - Chambres des métiers d'Ariège, d'Aude, de Toulouse, de Cahors,
  - Agence Adocc