

TECHNIQUES  
de REDACTION



DIGITAL & SOCIAL MEDIA



Relations  
Media

Leadership



PRISE de PAROLE

Journalisme

STORYTELLING



data  
RADIO, TV  
VIDEO  
NUDGE

Communication corporate

# ÉDITO

Comment évoluer tout au long de sa vie professionnelle par l'acquisition de nouvelles compétences et un savoir-être adapté ? Comment rester ou devenir un journaliste ou un média lu, reconnu, engagé et original ? Comment, en tant que manager ou professionnel de la communication, accompagner l'entreprise dans la mise en œuvre de sa stratégie et dans ses transformations ? Comment créer au sein de son entreprise des dispositifs d'accompagnement qui associent présentiel et distanciel ? Quelle plateforme utiliser pour suivre une formation en ligne ?...

Tout cela dans un contexte de réforme de la formation professionnelle, au leitmotiv ambitieux, « La liberté de choisir son avenir professionnel » : un compte personnel de formation repensé en euros plutôt qu'en heures (500 euros par an), la fin de la période de professionnalisation, les OPCA qui deviennent des OPCO (opérateurs de compétences), l'alternance avec le rapprochement des contrats de professionnalisation et d'apprentissage...

Et avec une réalité pour aujourd'hui et pour demain : la formation sera multimodale, immersive, expérientielle, virtuelle et augmentée ; elle s'adaptera aux changements profonds et accélérés des organisations, des métiers et des compétences ; elle induira un fort besoin d'accompagnement, de conseils et d'orientation.

C'est en pleine conscience de ces enjeux et de vos besoins que le CFPJ, en partenariat avec ses experts intervenants, construit et fait évoluer ses solutions de formation et ses services. Plus de 360 formations présentées dans ce catalogue : incontournables, nouveautés, formats innovants, certifiantes et diplômantes (RNCP), entièrement à distance... Des spécialistes (digital learning, financement, bilans de compétences...) au plus près de vos besoins... Et la possibilité de vous former désormais à Paris, Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes, Strasbourg...

Le CFPJ, une équipe passionnée, engagée à vos côtés pour vous accompagner, vous conseiller, vous orienter dans vos choix... et vous aider à construire votre singularité !



Florence Guebey  
Directrice Générale  
fguebey@cfpj.com



Thierry Guilbert  
Directeur Général Adjoint  
tguilbert@cfpj.com



## VOS CONTACTS

### PÉDAGOGIE



**Responsable  
pédagogique « Médias »**

Valérie Pailler  
vpailler@cfpj.com



**Responsable  
pédagogique « Communication »**

Valérie Verdier  
verdier@cfpj.com

### SERVICE CLIENTS

Pour vos inscriptions et vos questions,  
un équipe de conseillers à votre service :

01 44 82 20 00  
inscription@cfpj.com



## JE CHERCHE

- 6 Le sommaire formations experts médias et communication
- 15 Une VAE
- 145 Un bilan de compétences
- 14 Le service orientation
- 20 Une formation diplômante RNCP
- 42 Une formation certifiante
- 61 Une formation en alternance
- 70 Une formation 100 % à distance
- 11 Une formation sur mesure
- 12 Une formation en région

18 Formations diplômantes / certifiantes en alternance

82 Formations pour les journalistes

146 Formations tout public

## JE SOUHAITE EN SAVOIR PLUS SUR LE CFPJ ET ABILWAYS

- 4 Les 7 bonnes raisons de choisir CFPJ
- 16 Le groupe Abilways

## JE M'INSCRIS

- 276 Mon inscription étape par étape
- 277 Mon bulletin d'inscription
- 278 Les conditions générales de vente



Le 35 rue du Louvre, siège d'ABILWAYS

# BONNES RAISONS

## ... DE CHOISIR LE CFPJ

### L'OFFRE LA PLUS EXPERTE DU MARCHÉ

337 formations interentreprises dans nos domaines d'expertise.

Des modalités pédagogiques variées : en présentiel, à distance ou chez vous en intra-entreprise.

Des formations diplômantes avec 2 titres enregistrés au RNCP, des blocs de compétences finançables en CPF et des formations certifiantes inscrites à l'inventaire, éligibles au CPF.

### UN SERVICE ORIENTATION À VOTRE ECOUTE

Pour vous conseiller sur votre choix de formation qui accompagnera au mieux votre projet professionnel.

Pour vous aider dans le montage de votre dossier de prise en charge financière.

### DES PROFESSIONNELS QUI FORMENT ET NON DES FORMATEURS PROFESSIONNELS

Des opérationnels en activité, sélectionnés pour leur expertise, formés à la pédagogie et évalués à chaque intervention.

Des intervenants ayant suivi un parcours de formation de formateurs pour maîtriser les fondamentaux de l'ingénierie pédagogique dans le cadre du label ABILWAYS ACADEMY.

Des partenaires acteurs majeurs de nos expertises.

### DES CONCEPTEURS EXPERTS EN CONTENU ET EN PÉDAGOGIE

Responsables de l'actualisation des formations, ils maîtrisent les dernières approches pédagogiques interactives et innovantes.

### UNE PÉDAGOGIE INNOVANTE, BASÉE SUR LA PRATIQUE ET UNE DIGITALISATION DE L'EXPERIENCE APPRENANTE

Des méthodes pédagogiques actives pour être acteur de sa formation.

Des jeux pédagogiques pour apprendre en s'amusant.

La gamification du présentiel avec Magency.

Des parcours de formation dynamiques en blended learning.

### UNE DÉMARCHÉ QUALITÉ ORIENTÉE CLIENTS QUI RÉPOND À 100 % AUX CRITÈRES DU DÉCRET QUALITÉ DU 30/06/2015

98,4 % de satisfaction clients (source : données basées sur les retours qualité des participants aux formations CFPJ en 2017).

CFPJ est enregistré dans Datadock et a intégré les catalogues de référence qualité de plusieurs OPCA (Afdas, Agefos PME, OPCALIM, OPCALIA, etc.).

Les formations CFPJ sont référencées dans Dokélio, qui recense l'offre de formation en Île-de-France.

CFPJ bénéficie de la qualité ISQ-OPQF, certification de qualification professionnelle référencée par le CNEFOP.

### UNE COMMUNAUTÉ ACTIVE

Des tables rondes, des conférences, des petits-déjeuners proposés pour profiter des visions de pairs et d'experts sur des sujets dans l'air du temps.

Un blog et une présence active sur les réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook) pour profiter de notre veille stratégique.

“ Une équipe à votre écoute

01 44 82 20 00 - [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

NOS  
**HOMOLOGATIONS  
& RÉFÉRENCES**



Membre  
de la FFP



Formations qualifiées  
par l'ISQ-OPQF



Offre clés en main  
Afdas



Référencement  
DATADOCK



Référencement  
DOKELIO  
Île-de-France



Formations sélectionnées  
par Opicalia

NEW

**NOUVEAU**

Vos métiers évoluent, notre offre de formation aussi !

BEST OF

**BEST-OF**

Formation plébiscitée par nos clients

# SOMMAIRE

2	Édito
4-5	Pourquoi choisir le CFPJ ?
72	Parcours mobile
14-15	Service orientation et VAE
16-17	Le groupe Abilways
70	Formations entièrement à distance

## 1 FORMATIONS DIPLÔMANTES / CERTIFIANTES / EN ALTERNANCE

### FORMATIONS DIPLÔMANTES RNCP

40-41	Chargé(e) de communication et de relations presse	32,5 jours
26-27	Datajournaliste	19,5 jours
38-39	Devenir journaliste	104 jours
30-31	Journaliste community manager	21 jours
28-29	Journaliste numérique	31 jours
36-37	Journaliste radio plurimédia	40 jours
32-33	Journaliste reporter d'images	65 jours
34-35	Rédacteur TV multisupport	60 jours

### FORMATIONS CERTIFIANTES

43	Assistant(e) de communication	5,29 jours
54-55	Brand manager	10,5 jours
44-45	Chargé(e) de communication	21,5 jours
56-57	Chef(fe) de projet digital	13,5 jours
52-53	Chief digital officer	13,5 jours
48-49	Community manager	13,5 jours
58-59	Journaliste d'entreprise print et web	19,5 jours
46-47	Responsable de communication	19,5 jours
60	Secrétaire de rédaction print et web	22 jours
50-51	Social Media Manager	13,5 jours

### FORMATIONS EN ALTERNANCE

62-63	Chargé(e) de communication et de relations presse	64 jours
66-67	Journaliste de télévision	130 jours
64-65	Journaliste presse écrite et en ligne	130 jours
68-69	Journaliste radio et en ligne	120 jours

### FORMATIONS À DISTANCE

77	Améliorer son rewriting	3 jours
80	Chargé(e) de communication	● 3 jours
75	Connaître les sources d'information des journalistes	2 jours
76	Éthique et déontologie	1 jour
77	Gagner en agilité numérique	2 jours
79	Le droit de la presse	● 2 jours
74	Les fondamentaux du journalisme	● 11 jours
76	Réussir sa prise de notes	1 jour

79	Pratiquer Twitter et Facebook	2 jours
75	S'initier au journalisme	3 jours
80	Trouver des angles print et web	● 2 jours
78	Veille et recherche d'informations sur Internet	● 2 jours
78	Vérifier les informations issues du web	● 1 jour

## 2 FORMATIONS POUR LES JOURNALISTES

### DIGITAL

#### FONDAMENTAUX

86	Dompter son téléphone	● 1/2 journ.
85	Enquête, sources et fact-checking sur le web et les réseaux sociaux	3 jours
88	Journalistes : se protéger du cyber harcèlement	● 2 jours
87	Les outils du web au service de l'enquête	3 jours
87	Protéger ses sources, sécuriser ses données	1 jour
85	Veille et recherche d'informations sur Internet	● 2 jours
86	Vérifier les informations issues du web	1 jour

#### ÉDITORIAL DIGITAL

92	Appliquer le storytelling digital	2 jours
94	Chef d'édition web	3 jours
92	Newsroom : un desk numérique réactif	● 2 jours
94	Pratiquer l'editing multisupport	● 3 jours
90-91	Rédiger pour le web	2 jours
93	Réussir son marketing éditorial	● 2 jours
89	Scénariser l'information sur Internet	2 jours
93	Social wall et stratégies de republication	● 2 jours
89	Storyfier son éditorial	● 2 jours
88	Structurer la narration des contenus numériques	● 1 jour

#### MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX

95	Écrire sur les réseaux sociaux	● 2 jours
95	Produire des stories	● 1 jour

#### DATAVISUALISATION ET DATAJOURNALISME

99	Réaliser une cartographie interactive	1 jour
101	Datajournalisme : mener une enquête collaborative	1 jour
101	Datajournalisme : préparer un brief pour un infographiste	1 jour
96	Datavisualisation : la boîte à outils	● 3 jours
100	Datavisualiser l'actualité, un événement	1 jour
97	Extraire les données en datajournalisme	1 jour
96	L'outil du datajournaliste : le tableur	1 jour
98	Nettoyer les données brutes en datajournalisme	1 jour
99	Produire des graphiques interactifs complexes	2 jours

102	Proposer des sujets en datajournalisme	1 jour
98	Réaliser des graphiques interactifs simples	1 jour
100	Réaliser une enquête de datajournalisme	2 jours
97	Trouver et questionner les données	1 jour

#### SONS, IMAGES, VIDÉOS

103	Produire une vidéo interactive	2 jours
104	Réaliser un diaporama	4 jours
103	S'initier à l'écriture journalistique pour la VR	3 jours

#### TECHNIQUES DE RÉDACTION

##### RÉDACTION

108-109	Écrire pour être lu	10 jours
106	Enrichir son style	● 3 jours
107	Maîtriser les codes de l'écriture magazine	● 4 jours
106	Stimuler sa plume	● 3 jours
107	Vendre ses sujets	3 jours

##### FORMATS ET GENRES JOURNALISTIQUES

114	Enquêter sur le continent africain	● 2 jours
110	Journaliste d'investigation	● 16 jours
113	Mener une enquête	5 jours
112	Rédiger un article d'opinion	1 jour
111	Réaliser un portrait	2 jours
112	Rédiger une critique	● 4 jours
113	Réussir son interview	● 4 jours
111	Réussir son reportage	● 4 jours

##### TÉLÉVISION

##### FONDAMENTAUX

119	Améliorer l'écriture de ses sujets	● 2 jours
119	Animer un débat à la télévision	1 jour
116	Concevoir un reportage pour la télévision	● 5 jours
117	Enquêter à la télévision	3 jours
120	La chronique à la télévision	● 1/2 jour
120	Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra	● 2 jours
123	Le travail de la voix	● 2 jours
117	Maîtriser l'interview à la télévision	3 jours
121	Présenter des flashes et des journaux TV	3 jours
123	Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur	2 jours
121	Présenter une tranche d'information en télévision	5 jours
122	Réaliser un sujet magazine	● 5 jours
118	S'initier au commentaire sur image	5 jours
118	Tenir une édition spéciale sur le terrain	2 jours

##### OUTILS ET TECHNIQUES

125	JRI en solo	5 jours
125	JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie	2 jours
124	Maîtriser le maniement de la caméra	3 jours
126	Montage : l'art de raconter en images	2 jours
127	Prendre en main Final Cut	5 jours
124	S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue	● 10 jours
126	Tourner avec une caméra de poing	● 5 jours

##### RADIO

134	Animer une tranche d'info en direct	● 5 jours
134	Chronique radio : trouver son style	● 2 jours
133	Couvrir un événement en direct à la radio	● 2 jours
132	Le reportage à la radio	5 jours
129	Le travail de la voix	● 2 jours
129	Les clés pour conduire une interview	● 3 jours
132	Maîtriser les techniques du reportage radio	5 jours
131	Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs	● 1 jour
131	Présenter des flashes et des journaux radio	● 3 jours
130	Proposer des piges en radio	1 jour
130	S'initier au montage son numérique	1 jour

133	Voix et écriture	● 3 jours
-----	------------------	-----------

#### CONTENUS ET THÉMATIQUES

140	CETA : comprendre l'accord de libre-échange entre le Canada et l'UE	● 2 jours
140	Comprendre l'entreprise et décrypter ses comptes	2 jours
137	Connaître le système judiciaire	1 jour
138	Couvrir les faits divers	● 3 jours
138	Couvrir un procès	● 2 jours
137	Droit et presse en ligne	● 1 jour
139	Éthique et déontologie	1 jour
141	Faire parler chiffres et statistiques	1 jour
139	Juifs, musulmans : mieux comprendre	2 jours
136	Le droit de la presse	● 2 jours
141	Les fonctions et le rôle des collectivités territoriales	2 jours

#### MANAGEMENT

144	Manager des hauts potentiels dans une rédaction	2 jours
143	Manager le digital first	● 3 jours
143	Manager plurimédia	● 3 jours

## 3 FORMATIONS TOUT PUBLIC

### DIGITAL

#### FONDAMENTAUX

150	Gagner en agilité numérique	● 2 jours
151	Naviguer sur le darkweb avec Tor	1/2 jour
151	Optimiser son référencement naturel	● 2 jours
150	Mettre en scène l'information sur le web	2 jours

#### ÉDITORIAL DIGITAL

149	Écrire pour le web	● 3 jours
154	Créer et animer un blog	2 jours
154	Développer son blog sportif	1 jour
150	Mettre en scène l'information sur le web	2 jours
155	Réussir sa newsletter	2 jours
152-153	Réussir son digital storytelling	● 2 jours
155	Valoriser les contenus multimédias de son site web	2 jours

#### MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX

157	Animer sa communauté sur Facebook	1/2 jour
208	Animer sa communauté sur Yammer	1 jour
157	Animer son compte Twitter	1 jour
165	Community manager interne : développer et faire vivre son réseau social d'entreprise	2 jours
166	Créer un site événementiel sous Wordpress	1/2 jour
167	Créer une stratégie de com' sur les réseaux sociaux	2 jours
168	Devenir influenceur	3 jours
161	Devenir influent sur LinkedIn et Twitter	2 jours
163	Écrire pour sa communauté	1 jour
158	Investir les réseaux sociaux	2 jours
164	Démarrer son référencement vocal	● 1 jour
165	Le community management en période de crise	1 jour
162	Les fondamentaux du community management	2 jours
162	Les réseaux sociaux pour non-spécialistes	1 jour
167	Mesurer sa performance sur les réseaux et médias sociaux	2 jours
163	Organiser la gestion de ses communautés	1 jour
164	Partir à la rencontre de sa communauté	2 jours
156	Pratiquer Twitter et Facebook	● 2 jours
160	Produire des stories	1 jour
160	Publier sur Snapchat	1 jour
169	Responsable relations e-influenceurs	2 jours
168	S'initier à Google Analytics	1 jour
159	S'initier à Pinterest	● 1 jour
159	S'initier à Instagram et Snapchat	● 2 jours
166	S'initier à Wordpress	1/2 jour

# SOMMAIRE

156	S'initier au live Facebook et Twitter	1 jour
158	Stalker sur les réseaux sociaux	● 1 jour

## MARKETING, COMMUNICATION DIGITALE

178	Améliorer sa communication de marque avec l'inbound marketing	2 jours
181	Analyser sa performance digitale	1 jour
174	Concevoir et piloter une stratégie digitale de brand content	2 jours
174	Concevoir et maîtriser le contenu de marque et le native advertising	● 2 jours
176	Découvrir le design thinking	1/2 jour
169	Définir sa communication B2B sur LinkedIn	1 jour
176	Design thinking : concevoir l'inédit	3 jours
173	Faites de vos salariés des ambassadeurs de votre marque	2 jours
180	Lancer son chatbot	1 jour
179	Le marketing de l'innovation	● 2 jours
172	Le storytelling pour incarner la marque employeur	● 1,5 jour
177	Les clés du marketing	● 2 jours
179	Les fondamentaux du chargé de com'	● 3 jours
170	Maîtriser les Facebook Ads	● 2 jours
182	Maîtriser les metrics des réseaux sociaux	1/2 jour
180	Mesurer et analyser son audience	1/2 jour
175	Mettre en scène sa marque sur les réseaux sociaux	2 jours
181	Optimiser son référencement avec Google Adwords	2 jours
171	Picture marketing : mettre en scène ses supports de communication	3 jours
173	Piloter sa stratégie de communication digitale	● 2 jours
170	Réussir sa présence de marque sur Facebook	2 jours
171	S'approprier les outils de création en ligne	● 1 jour
178	Séduire son audience avec le content marketing	2 jours
182	Start-up, TPE, PME : construire votre marque	1 jour
172	Storytelling publicitaire : de l'audace à la quête du vrai	● 1,5 jour
177	Surveiller sa e-réputation	1 jour
175	Valoriser sa marque employeur	2 jours

## SONS, IMAGES, VIDÉOS

190	Concevoir et réaliser un long form	● 5 jours
191	Concevoir un reportage vidéo pour le web	● 5 jours
188	Découvrir le tournage 360 VR	1/2 jour
186	Découvrir le tournage au 5D	1/2 jour
187	Filmer avec son smartphone	● 2 jours
185	Filmer avec un reflex numérique	● 3 jours
190	Filmer une interview pour le web	2 jours
192	Monter avec Adobe Premiere Pro	● 5 jours
188	Pratiquer la photo et vidéo mobile	1/2 jour
192	Réaliser des vidéos créatives	● 2 jours
189	Réussir ses podcasts	● 1 jour
189	Réussir ses vidéocasts	● 2 jours
185	Réussir ses vidéos avec le storytelling	● 1 jour
257	S'initier au datajournalisme	2 jours
186	Transformer son smartphone en studio TV	2 jours

## GESTION DE PROJET WEB

183	Conception éditoriale d'un site web	5 jours
184	S'initier à l'UX Design	3 jours
184	Gérer un projet éditorial web	2 jours

## COMMUNICATION CORPORATE

208	Animer sa communauté sur Yammer	1 jour
206	Communication d'influence et lobbying	2 jours
213	Communiquer avec les élus locaux	2 jours
196	Concevoir une stratégie de communication multicanale	3 jours
206	Construire des actions de e-lobbying éthiques et efficaces	2 jours
205	Créer et animer son comité éthique pour une communication apaisée	● 1 jour
199	Créer et vendre de nouvelles idées de communication	2 jours
200	Découvrir le transmédia storytelling	2 jours
212	Découvrir les enjeux liés au réseau social d'entreprise	2 jours
196	Définir son plan de communication et de relations presse	3 jours
207	Développer et entretenir son réseau	1 jour
197	Développer sa créativité pour une stratégie de com' osée	2 jours
212	Devenir un prestataire en communication	2 jours
201	Du Story-telling au Story-living : immersion et rupture par la narration sensorielle	● 2 jours
203	Élaborer sa stratégie de communication institutionnelle	2 jours
197	Enrichir ses communications avec le storytelling	● 2 jours
202	Flawsome : valoriser les défauts de sa marque !	● 1 jour
207	Gérer des projets de sponsoring, mécénat, partenariat	3 jours
203	Gérer son projet de communication et de relations presse	2 jours
209	Gérer une crise	2 jours
194	Le communicant de demain : expert et consultant	● 2 jours
194	Le socle de valeurs de sa marque : le définir et communiquer	● 1 jour
198	Narrative Thinking : les outils de la pensée narrative	● 1,5 jour
204	NUDGE et RSE : comment emporter l'adhésion en interne ?	2 jours
210	Optimiser sa communication interne	● 4 jours
211	Optimiser son journal interne	3 jours
208	Piloter la performance de sa communication	2 jours
195	Piloter un projet de communication de A à Z	● 2 jours
213	Réaliser l'action de communication avec un prestataire	1 jour
211	Renforcer l'interactivité de sa communication interne	2 jours
195	Réussir la transformation digitale de sa communication	6 jours
204	Réussir sa communication RSE	● 1 jour
205	Réussir son événement	2 jours
201	Se perfectionner en transmédia	1 jour
209	S'entraîner à la gestion de crise	2 jours

202	Stratégie et plan de communication externe	●	6 jours
200	Workshop : monter un projet transmédia		2 jours

### RELATIONS MÉDIAS

215	Appliquer le storytelling à ses relations presse		2 jours
217	Communiquer avec les médias	●	3 jours
216	Définir sa communication avec les médias		2 jours
216	Développer ses relations presse sur le web	●	2 jours
215	Élaborer et piloter une stratégie de relations presse		2 jours
221	Être interviewé par les journalistes		2 jours
269	Média-training : cas particuliers des interventions en situation de crise		1 jour
223	Les relations presse à l'ère du digital	●	3 jours
223	Maîtriser ses relations avec les médias en période de crise		2 jours
221	Optimiser ses relations presse		2 jours
220	Réaliser des dossiers de presse		2 jours
220	Réussir un point-presse et une conférence de presse		1 jour
218	S'initier au journalisme		3 jours
219	S'initier au journalisme radio		5 jours
219	S'initier au journalisme TV		3 jours
218	Usages et pratiques des médias locaux et régionaux		1/2 jour

### COMMUNICATION ORALE

229	3 minutes pour convaincre		2 jours
225	Affirmer son aisance à l'oral		2 jours
230	Booster ses présentations sur le fond et la forme		2 jours
232	Communication non violente en entreprise		3 jours
230	Développer une communication persuasive		2 jours
232	Entretien à enjeux : atteindre son but		1 jour
229	Être synthétique à l'oral comme à l'écrit	●	2 jours
231	Experts : simplifier ses messages sans les dénaturer		2 jours
226	Gérer son stress en toute situation		1/2 jour
225	Improviser avec aisance		2 jours
233	Le travail de la voix		2 jours
228	Optimiser ses émotions et sa voix		1 jour
228	Pitcher un projet		1 jour
226	Prendre la parole et convaincre		2 jours
227	Prise de parole en public	●	2 jours
231	Vendre et défendre ses projets		2 jours

### TECHNIQUES DE RÉDACTION

#### RÉDACTION

245	Académie de l'écriture : l'écrit professionnel		3,5 jours
239	Acquérir les techniques de l'interview écrite		3 jours
238	Améliorer ses écrits professionnels	●	4 jours
244	Communication scientifique : vulgariser pour médiatiser		2 jours
239	Conduire et restituer son interview avec succès		2 jours
242	Connaître les sources d'informations des journalistes		2 jours
240	Écrire avec les bons mots		1 jour
235	Écrire court et dense		2 jours
240	Écrire dans l'urgence		1/2 jour
237	Écriture journalistique	●	3 jours
242	Enrichir ses contenus avec le storytelling		2 jours
238	La force de l'écriture marketing		3 jours
241	Libérer son écriture	●	5 jours
236	Perfectionner ses techniques rédactionnelles	●	2 jours
244	Préparer un discours pour un porte-parole		2 jours
243	Rédiger des communiqués de presse		2 jours
245	Rédiger des rapports et des synthèses percutants		4 jours
243	Réussir sa prise de notes		1 jour
236	Structurer ses écrits		1 jour

235	Trouver des angles print et web	●	2 jours
-----	---------------------------------	---	---------

### EDITING ET MAQUETTE

248	Améliorer son rewriting	●	3 jours
250	InDesign niveaux 1 et 2	●	5 et 4 jours
249	La PAO : les fonctions essentielles		3 jours
246	Le titre : tout un art	●	2 jours
247	Les fondements du SR	●	5 jours
249	Maîtriser les techniques d'une lecture efficace		2 jours
248	Maîtriser les techniques de relecture et de correction		4 jours
246	Rédiger sans fautes	●	2 jours
241	Utiliser l'écriture inclusive	●	1 jour

### PHOTO ET INFOGRAPHIE

254	Appliquer les techniques de l'iconographie	●	4 jours
253	Communiquer par l'image		1 jour
255	Concevoir un reportage photo	●	3 jours
257	Infographie : les bonnes pratiques		2 jours
252	Les bases de la photo de presse	●	5 jours
256	LightRoom	●	3 jours
258	Photoshop niveaux 1 et 2	●	5 et 3 jours
254	Réaliser un portrait photo	●	1/2 jour
256	Rechercher et choisir des images		2 jours
253	Réussir ses photos		3 jours
257	S'initier au datajournalisme	●	2 jours

### FORMATIONS JURIDIQUES

260	Droit et réseaux sociaux	●	1 jour
260	Le droit de l'édition en ligne		1 jour
261	Le droit de l'image	●	1 jour

### MANAGEMENT ET LEADERSHIP

265	Accompagner ses collaborateurs dans la culture digitale		2 jours
267	Affirmer son leadership		4 demi-journ.
274	Animer ses réunions avec efficacité		1 jour
263	Animer une équipe de rédaction	●	3 jours
232	Communication non violente en entreprise	●	3 jours
275	Communiquer en situation de changement		2 jours
264	Développer sa posture de manager-communicant	●	2 jours
271	Développer son intelligence émotionnelle		1,5 jour
270	Fédérer son auditoire avec le storytelling		2 jours
273	Génération Y : attentes, pratiques et leviers de mobilisation		1 jour
265	Impliquer les managers dans sa communication interne		2 jours
267	Leadership au féminin	●	4 jours
275	Les outils du Storyteller au service du Personnel Branding	●	1,5 jour
272	Lobbying et communication d'influence	●	2 jours
271	Manager avec l'intelligence émotionnelle	●	2 jours
143	Manager le digital first		3 jours
143	Manager plurimédia		3 jours
269	Média-training : cas particuliers des interventions en situation de crise		1 jour
269	Média-training : réussir ses interventions en médias		1 jour
268	Négocier avec succès en toute situation		2 jours
266	Penser et construire la mixité hommes-femmes		1 jour
264	Piloter un réseau de correspondants communication		2 jours
268	Prendre la parole sur les réseaux sociaux en tant que dirigeant		1 jour
274	Présenter pour convaincre en réunion virtuelle	●	1 jour
272	Rédiger un discours		2 jours
270	S'approprier un discours		1 jour
263	Se préparer au tutorat	●	1 jour
273	Stratégie de communication institutionnelle		2 jours



Pour plus d'informations

01 44 09 22 28 - editions@cfpj.com

# ÉDITIONS

## NOS OUVRAGES DE RÉFÉRENCE DANS LES MÉTIERS DU JOURNALISME ET DE LA COMMUNICATION



CFPJ Éditions publie des manuels pratiques, pensés et écrits par des professionnels pour des professionnels.

**Toute la collection sur**  
**[www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)**

# SOLUTIONS SUR MESURE

## **Vous souhaitez construire des dispositifs personnalisés et sur mesure ?**

- > Employabilité, évolutions de métier et de poste, reconversion de vos équipes
- > Transformation digitale
- > Place stratégique du contenu
- > Nouvelles organisations transversales et collaboratives



## **CONTACTS**



### **Médias**

Marie-Thérèse Falcone  
mtfalcone@cfpj.com  
01 73 00 11 80



### **Communication**

Florence Guebey  
Directrice générale  
fguebey@cfpj.com

## **UNE ÉQUIPE D'EXPERTS PASSIONNÉE ET ENGAGÉE À VOTRE SERVICE**

Des responsables grands comptes rompus à l'accompagnement de problématiques complexes.

Des pédagogues experts et créatifs pour concocter avec vous les solutions les plus innovantes.

Une équipe logistique pour les orchestrer chez vous ou chez nous, pour votre confort.

Forts de nos expériences clients d'univers variés, nous vous assurons une réponse efficace et pertinente.

Notre implication, notre envie d'être partenaire de vos succès, vous assurent la réactivité et le sourire.

**CONTACTEZ-NOUS  
POUR PARTAGER  
VOS PROCHAINS DÉFIS !**

# RÉGION

## NANTES

Accompagner ses collaborateurs dans la culture digitale	265
Améliorer ses écrits professionnels	238
Améliorer son rewriting	248
Concevoir un reportage photo	255
Créer une stratégie de com' sur les réseaux sociaux	167
Définir sa communication B2B sur LinkedIn	169
Droit et réseaux sociaux	260
Écrire pour le web	149
Écriture journalistique	237
Élaborer et piloter une stratégie de relations presse	215
Filmer avec son smartphone	187
Gérer un projet éditorial web	184
Gérer une crise	209
Le titre : tout un art	246
Les fondamentaux du community management	162
Organiser la gestion de ses communautés	163
Piloter sa stratégie de communication digitale	173
Pitcher un projet	228
Prise de parole en public	227
Filmer une interview pour le web	190
Réussir sa présence de marque sur Facebook	170
Réussir son digital storytelling	152
S'initier à Instagram et Snapchat	159
Trouver des angles print et web	235

## LYON

Accompagner ses collaborateurs dans la culture digitale	265
Améliorer ses écrits professionnels	238
Améliorer son rewriting	248
Animer sa communauté sur Yammer	208
Communiquer avec les médias	217
Le community management en période de crise	165
Concevoir un reportage photo	255
Créer une stratégie de com' sur les réseaux sociaux	167
Définir sa communication B2B sur LinkedIn	169
Devenir influent sur LinkedIn et Twitter	161
Droit et réseaux sociaux	260
Écrire court et dense	235
Écrire pour le web	149
Écrire pour sa communauté	163
Écriture journalistique	237
Être interviewé par les journalistes	221
Être synthétique à l'oral comme à l'écrit	229
Filmer avec son smartphone	187
S'initier à Google Analytics	168
Investir les réseaux sociaux	158
La force de l'écriture marketing	238
Le titre : tout un art	246
Le travail de la voix	233
Les fondamentaux du community management	162
NUDGE & RSE : comment emporter l'adhésion en interne ?	204
Perfectionner ses techniques rédactionnelles	236
Piloter sa stratégie de communication digitale	173
Prise de parole en public	227
Publier sur Snapchat	160
Responsable relations e-influenceurs	169
Réussir sa présence de marque sur Facebook	170
Réussir son digital storytelling	152
S'initier à Snapchat, Instagram et Pinterest	159
S'initier au live sur Facebook et Twitter	156
Trouver des angles print et web	235



**CONTACT UNIVERSITÉ DE NANTES**  
**WALTER BONOMO**  
02 72 64 88 43  
walter.bonomo@univ-nantes.fr

**CONTACT LYON**  
**NICOLAS TROPINI**  
04.78.18.32.37  
infoclient@cfpj.com



## BORDEAUX

Améliorer son rewriting	248
Community manager - Formation certifiante	48-49
Concevoir un reportage photo	255
Créer une stratégie de com' sur les réseaux sociaux	167
Droit et réseaux sociaux	260
Écrire court et dense	235
Écrire pour le web	149
Écriture journalistique	237
Être synthétique à l'oral comme à l'écrit	229
Filmer avec son smartphone	187
Investir les réseaux sociaux	158
Le titre : tout un art	246
Les fondamentaux du community management	162
Le travail de la voix	233
Perfectionner ses techniques rédactionnelles	236
Piloter sa stratégie de communication digitale	173
Prise de parole en public	227
Rédiger des communiqués de presse	243
S'initier à Instagram et Snapchat	159
Trouver des angles print et web	235

## LILLE

Community manager - Formation certifiante	48-49
Concevoir un reportage photo	255
Droit et réseaux sociaux	260
Écrire pour le web	149
Écriture journalistique	237
Être synthétique à l'oral comme à l'écrit	229
Filmer avec son smartphone	187
Le titre : tout un art	246
Le travail de la voix	233
Prise de parole en public	227
S'initier à Snapchat et Instagram	159
Trouver des angles print et web	235

## STRASBOURG

Concevoir un reportage photo	255
Écrire pour le web	149
Écriture journalistique	237
Être synthétique à l'oral comme à l'écrit	229
Filmer avec son smartphone	187
Le titre : tout un art	246
Le travail de la voix	233
Prise de parole en public	227
S'initier à Instagram et Snapchat	159
Trouver des angles print et web	235



**POUR NOS FORMATIONS SUR MESURE :**  
Un interlocuteur unique, dédié  
exclusivement aux clients rhônalpins pour  
plus de réactivité et de proximité.

**CONTACT CFPJ**  
**SERVICE CLIENT**  
01 44 82 20 00  
[inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

# ORIEN- -TATION

## **Vous hésitez sur la formation à choisir ?**

Vous êtes salarié(e), en CDD, pigiste, intermittent(e) du spectacle, demandeur(euse) d'emploi, vous avez besoin d'être conseillé, accompagné dans vos choix de formation, ou le montage des dossiers de financement...

Le service Orientation est à votre écoute, par téléphone, mail et en rendez-vous individuel.

## **LES ATELIERS BOUSSOLE**

### **VOUS SOUHAITEZ UN ENTRETIEN INDIVIDUEL POUR AFFINER VOTRE PROJET PROFESSIONNEL ?**

CIF, CPF, OPCA, AIF, RNCP...

comprendre ce nouveau langage

Le CPF, comment ça marche ?

Comment valider mes acquis ?

Je me pose des questions sur

ma situation professionnelle,

comment faire le point ?

Sans emploi, quel financement pour ma formation ?



“



#### **Communication**

Bénédicte Noiré  
bnoire@cfpj.com  
01 73 00 11 79



#### **Médias**

Christine Hugonet  
chugonet@cfpj.com  
01 44 82 20 22

# VAE

## LA VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE

**Vous avez un an d'expérience minimum, vous souhaitez valider vos acquis par un diplôme ou un titre inscrit au RNCP ?**

La VAE est accessible à tous les publics : salariés du privé (en CDI ou en CDD) ou intérimaires, les non-salariés, les agents publics, les demandeurs d'emploi, les bénévoles.



Nous vous proposons un accompagnement VAE pour les certifications « Journaliste » et « Chargé(e) de communication et de relations presse ».

Le but de la VAE est de rassembler les preuves et valider des savoirs, des savoir-faire et des compétences nécessaires au métier exercé.

**Pour plus d'informations sur ces deux titres RNCP : rendez-vous en pages 22, 23, 24, 25**

### **NOUVEAU**

Vous pouvez utiliser vos heures de CPF pour effectuer votre VAE

**Code 200 dans votre compte personnel**

“



**VAE**

Christine Hugonet  
chugonet@cfpj.com  
01 44 82 20 22

# LE GROUPE ABILWAYS

## L'OFFRE LA PLUS EXPERTE DU MARCHÉ

Grâce à des **expertises complémentaires** et des **domaines d'activité variés**

Des **formats multiples**, du choix pour tous :

- une gamme complète de formations courtes, longues, certifiantes (RNCP, CP FFP, éligibles au CPF)
- en présentiel et/ou à distance
- des conférences
- des parcours en ligne
- des classes virtuelles...

## UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

**Intégration de toutes les étapes de production** de vos projets formation, en présentiel et/ou à distance :

- Contenu
- Pédagogie
- Réalisation technique
- Et gestion du projet

Nos équipes interviennent sur tout ou partie de la chaîne à votre convenance.

## DES PROFESSIONNELS QUI FORMENT

Et non des formateurs professionnels

Afin d'assurer des formations pratiques et opérationnelles en lien avec le monde du travail, les formateurs chez ABILWAYS sont **experts** et **actifs** dans leurs domaines.

Sélectionnés avec rigueur, ils répondent aux critères qualité du **Label ABILWAYS ACADEMY**, label **créé pour les experts animateurs du groupe** garantissant des formations **concrètes et efficaces** au service de **l'ancrage des connaissances**



### LES COMPÉTENCES VISÉES PAR LE LABEL FORMATEUR ABILWAYS



UTILISER LE DIGITAL EN FORMATION



INTÉGRER LA LUDOPÉDAGOGIE



ANIMER UNE CLASSE VIRTUELLE



REPENSER SON MÉTIER DE FORMATEUR



REPENSER SON INGÉNIERIE DE FORMATION



CONCEVOIR DES SITUATIONS D'APPRENTISSAGE INNOVANTES

**ABILWAYS**  
BUILD YOUR SINGULARITY

**30 000**  
stagiaires/an

**2 500**  
formations actualisées

**6 000**  
intervenants experts

**300**  
collaborateurs



Nos équipes à votre écoute  
01 44 82 20 00 – [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)



Les expertises  
Métiers & Humaines  
Secteurs privé & public



L'expert Marketing,  
Digital  
& Commercial



L'expert Médias,  
Communication  
& Leadership



L'expert Relation  
& Expérience Client

**ABILWAYS** DIGITAL

L'expert  
Transformation digitale  
& Learning Hackers



L'expert Communication  
visuelle & Création  
Print & Digital



Business & Human Expertise  
à l'International



L'expert Achats  
& Marchés publics  
Finances publiques



L'école dédiée aux contenus  
et à la création numérique

*Vivez de nouvelles expériences d'apprentissage utiles, fun et inspirantes pour valoriser vos talents*

01

**FORMATIONS  
DIPLOMANANTES /  
CERTIFIANTES /  
EN ALTERNANCE**

The background of the page is a black and white photograph. It shows several graduation caps (mortarboards) with tassels, some of which are being tossed into the air. In the foreground, several hands are raised, reaching towards the caps. The scene is set against a very bright, overexposed sky, creating a high-contrast, celebratory atmosphere.

## SOMMAIRE

Formations diplômantes RNCP

page 20

Formations certifiantes

page 42

Formations en alternance

page 61

# FORMATIONS DIPLOMANTES RNCP



## BESOIN DE RENSEIGNEMENTS ?



**Chargée d'orientation  
Communication**

Bénédicte Noiré  
bnoire@cfpj.com  
01 73 00 11 79



**Chargée d'orientation  
Médias**

Christine Hugonet  
chugonet@cfpj.com  
01 44 82 20 22



CFPJ propose deux titres inscrits au RNCP\* : « Journaliste » et « Chargé(e) de communication et de relations presse ».

Ces deux titres RNCP couvrent 8 formations diplômantes. Ces formations sont découpées en 5 ou 6 blocs de compétences. Ces blocs de compétences peuvent être suivis en continu ou séparément, étalés sur un maximum de 5 ans pour obtenir le titre.

Les blocs de compétences des parcours « Journaliste » sont éligibles au financement par le Compte Personnel de Formation (CPF).

\* *Répertoire National des Certifications Professionnelles*

## SOMMAIRE

Datajournaliste	<b>pages 26-27</b>
Journaliste numérique	<b>pages 28-29</b>
Journaliste community manager	<b>pages 30-31</b>
Journaliste Reporter d'Images	<b>pages 32-33</b>
Rédacteur TV multisupport	<b>pages 34-35</b>
Journaliste radio plurimédia	<b>pages 36-37</b>
Devenir journaliste	<b>pages 38-39</b>
Chargé(e) de communication et de relations presse	<b>pages 40-41</b>

# FORMATIONS DIPLÔMANTES RNCP

## Journaliste numérique

### BLOC 1

#### Préparation du recueil et du traitement de l'information

- Classe à distance synchrone.
- Modules VOD en amont de la formation.
- E-ressources.
- Gagner en agilité numérique – 2 jours p. 150
- Veille et recherche d'informations sur Internet – 2 jours p. 85

Code : 46173   
4 jours et 2 heures – 30 heures  
2 640 € HT

### BLOC 2

#### Recueil et vérification de l'information

- Modules VOD en amont de la formation.
- Droit et presse en ligne – 1 jour
- Vérifier les informations issues du web – 1 jour p. 78

Code : 46174   
2 jours – 14 heures  
1 880 € HT

### BLOC 3

#### Hierarchisation et traitement de l'information

- Rédiger pour le web – 2 jours p. 90
- Écrire sur les réseaux sociaux – 2 jours p. 95
- Concevoir un reportage vidéo pour le web – 5 jours p. 191

Code : 46175   
9 jours – 63 heures  
4 795 € HT

### BLOC 4

#### Mise en scène de l'information

- Modules VOD en amont de la formation.
- Datavisualisation : la boîte à outils – 3 jours p. 187
- Filmer avec son smartphone – 2 jours p. 189
- Réussir ses podcast et vidéocast – 3 jours p. 104
- Réaliser un diaporama – 4 jours p. 160
- Produire des stories – 1 jour

Code 46176   
13 jours – 91 heures  
7 660 € HT

### BLOC 5

#### Proposition et présentation des sujets

- Proposer son sujet numérique – 1 jour

Code : 46188   
1 jour – 7 heures  
990 € HT

## Datajournaliste

- Tutoriels en ligne.
- L'outil du datajournaliste : le tableur – 1 jour p. 96
- Trouver les données – 1 jour p. 97
- Protéger ses sources, sécuriser ses données – 1 jour p. 87

Code : 46183   
3 jours et 20 minutes – 21h20  
2 570 € HT

- VOD en amont des modules.
- Tutoriels en ligne.
- Vérifier les informations issues du web – 1 jour p. 86
- Extraire la donnée – 1 jour p. 97
- Nettoyer les données – 1 jour p. 98

Code : 46184   
3 jours et 50 minutes – 21h50  
2 570 € HT

- Tutoriels en ligne.
- Datavisualiser l'actualité, un événement – 1 jour p. 100
- Sélectionner un sujet d'enquête de data – 1 jour
- Réaliser une enquête en datajournalisme – 2 jours p. 100
- Réaliser une enquête collaborative en datajournalisme – 1 jour p. 101

Code : 46185   
5 jours et 2 heures – 37 heures  
3 960 € HT

- Tutoriels en ligne.
- Réaliser des graphiques interactifs simples – 1 jour p. 98
- Produire des graphiques interactifs complexes – 2 jours p. 99
- Réaliser une cartographie interactive – 1 jour p. 99
- La boîte à outils HTML du datajournaliste – 1 jour p. 96

Code : 46186   
5 jours et 40 minutes – 35h40  
3 260 € HT

- Préparer un brief pour un infographiste – 1 jour p. 101
- Proposer des sujets en datajournalisme – 1 jour p. 102

Code : 46187   
2 jours – 21 heures  
1 880 € HT

Les formations du CFPJ dont le titre est inscrit au RNCP sont présentées ici par leurs blocs de compétences. Cette présentation ne correspond pas au déroulé pédagogique du programme.

## Journaliste community manager

- VOD – Web 2.0 : comment en est-on arrivé là ?, ATADAWAC : un seul mot pour tout comprendre, Structurer votre veille, c'est possible !
- E-ressources : De Gutenberg à Zuckerberg – 2 heures
- Gagner en agilité numérique – 2 jours
- Veille et recherche d'informations sur Internet – 2 jours

p. 150  
p. 85

Code 46178   
4 jours et 2 heures – 30 heures  
2 640 € HT

- VOD en amont des modules.
- E-ressources.
- Pratiquer Twitter et Facebook – 2 jours
- Droit et réseaux sociaux – 1 jour

p. 156  
p. 260

Code : 46179   
3 jours et 1 heures – 22 heures  
2 640 € HT

- Écrire sur les réseaux sociaux – 2 jours
- Animer sa communauté Facebook – 0,5 jour
- Animer son compte Twitter – 1 jour
- Publier sur Snapchat – 1 jour
- Maîtriser les metrics des réseaux sociaux – 0,5 jour

p. 95  
p. 157  
p. 157  
p. 160  
p. 182

Code : 46180   
5 jours – 35 heures  
3 865 € HT

- Produire des stories – 1 jour
- Concevoir et maîtriser le contenu de marque et le native advertising – 2 jours
- Mesurer sa performance sur les réseaux sociaux – 2 jours
- Lancer son chatbot – 1 jour

p. 95  
p. 174  
p. 167  
p. 180

Code : 46181   
6 jours – 42 heures  
4 270 € HT

- Être un CM force de proposition – 1 jour

Code : 46182   
1 jour – 7 heures  
990 € HT

## Journaliste reporter d'images

- S'initier au journalisme TV – 3 jours

p. 219

Code : 45081   
3 jours – 21 heures  
1 995 € HT

- Enquête, sources et fact-checking sur le web et les réseaux sociaux – 3 jours

p. 85

Code : 45082   
3 jours – 21 heures  
1 795 € HT

- VOD en amont des modules de formation.
- S'initier à la technique de la caméra et de la prise de vue – 10 jours
- Maîtriser le maniement de la caméra – 3 jours
- Concevoir un reportage pour la télévision – 5 jours
- S'initier au commentaire sur image – 5 jours
- JRI en mode solo – 5 jours

p. 124  
p. 124  
p. 116  
p. 118  
p. 125

Code : 45083   
28 jours – 196 heures  
14 345 € HT

- Modules VOD en amont des formations.
- Montage : l'art de raconter en images – 2 jours
- JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie – 2 jours
- Prendre en main Final Cut – 5 jours
- Le droit de l'image – 1 jour

p. 126  
p. 125  
p. 127  
p. 261

Code : 45084   
10 jours – 70 heures  
6 200 € HT

- Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur – 2 jours

p. 123

Code 45085   
2 jours – 14 heures  
1 745 € HT

## Rédacteur TV multisupport

### BLOC 1

#### Préparation du recueil et du traitement de l'information

- S'initier au journalisme TV – 3 jours p. 219

Code : 45086   
3 jours – 21 heures  
1 995 € HT

### BLOC 2

#### Recueil et vérification de l'information

- Enquête, sources et fact-checking sur le web et les réseaux sociaux – 3 jours p. 85

Code : 45087   
3 jours – 21 heures  
1 795 € HT

### BLOC 3

#### Hiérarchisation et traitement de l'information

- VOD en amont de la formation. p. 116
- Concevoir un reportage pour la télévision – 5 jours p. 118
- Maîtriser le commentaire sur image – 5 jours p. 122
- Réaliser un sujet magazine – 5 jours p. 117
- Enquêter à la TV – 3 jours p. 117
- Maîtriser l'interview à la TV – 3 jours p. 119
- Animer un débat à la télévision – 1 jour p. 119

Code : 45088   
24 jours – 154 heures  
12 515 € HT

### BLOC 4

#### Mise en scène de l'information

- VOD en amont de la formation.
- Montage : l'art de raconter en images – 2 jours
- Prendre en main Final Cut – 5 jours
- Présenter une tranche d'information en télévision – 5 jours
- Présenter des flashes et des journaux à la télévision – 3 jours
- Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra – 2 jours
- Tenir une édition spéciale sur le terrain – 2 jours
- Le droit de l'image – 1 jour
- Filmer avec son smartphone- 2 jours

Code : 45089   
22 jours – 154 heures  
13 450 € HT

### BLOC 5

#### Proposition et présentation des sujets

- Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur – 2 jours p. 123

Code 45090  
2 jours – 14 heures  
1 745 € HT

## Journaliste radio plurimédia

- S'initier au journalisme radio – 5 jours p. 219

Code : 44042   
5 jours – 35 heures  
2 095 € HT

- Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs – 1 jour p. 131

Code : 44043   
1 jour – 7 heures  
995 € HT

- Le reportage à la radio – 5 jours p. 132
- Maîtriser les techniques du reportage radio – 5 jours p. 132
- Les clés pour conduire une interview – 3 jours p. 129
- Chronique radio : trouver son style – 2 jours p. 134
- Présenter des flashes et des journaux radio – 3 jours p. 131

Code : 44044   
18 jours – 126 heures  
8 425 € HT

- S'initier au montage son numérique – 1 jour p. 130
- Animer une tranche d'info en direct – 5 jours p. 134
- Le travail de la voix – 2 jours p. 129

Code 44045   
10 jours – 70 heures  
5 780 € HT

- Proposer des piges en radio – 1 jour p. 130

Code 44046  
1 jour – 7 heures  
995 € HT

## Journaliste

- S'initier au journalisme – 3 jours p. 218
- Gagner en agilité numérique – 2 jours p. 150
- Connaître les sources d'information des journalistes – 2 jours p. 242
- Réussir sa prise de notes – 0,5 jour p. 242
- Veille et recherche d'information sur Internet – 2 jours p. 85
- Trouver des angles print et web – 2 jours p. 235

Code : 46189   
11,5 jours et 2 heures – 83 heures  
6 615 € HT

- Pratiquer Twitter et Facebook – 2 jours p. 156
- Vérifier les informations issues du web – 1 jour p. 86
- Éthique et déontologie – 1 jour p. 139
- Le droit de la presse – 2 jours p. 136

Code : 46190   
6 jours – 42 heures  
4 020 € HT

- Écrire pour être lu – 10 jours p. 108
- Réussir son reportage – 4 jours p. 111
- Réussir son interview – 4 jours p. 113
- Rédiger pour le web – 2 jours p. 90
- Les bases de la photo de presse – 5 jours p. 252
- Filmer avec son smartphone – 2 jours p. 187
- Mener une enquête – 5 jours p. 113
- Concevoir un reportage vidéo pour le web – 5 jours p. 191

Code : 46191   
37 jours – 259 heures  
15 820 € HT

- Pratiquer l'édition multisupports – 3 jours p. 94
- Les fondements du SR – 5 jours p. 247
- InDesign - niveau 1 – 5 jours p. 250
- Datavisualisation : la boîte à outils – 3 jours p. 96
- Réaliser un diaporama – 4 jours p. 104
- Produire de stories – 1 jour p. 95
- Rédiger sans faute – 2 jours p. 246
- Améliorer son rewriting – 3 jours p. 248
- Droit de l'image – 1 jour p. 261

Code : 46192   
27 jours – 189 heures  
13 025 € HT

- Proposer ses sujets – 3 jours p. 107

Code : 46193   
3 jours – 21 heures  
1 810 € HT

## Chargé(e) de communication et de relations presse

### BLOC 1 Décliner un plan de communication et de relations presse

- Définir son plan de communication et de relations presse – 3 jours
- Définir sa communication avec les médias – 2 jours p. 216

Code : 38110  
5 jours – 35 heures  
3 300 € HT

### BLOC 2 Organiser et gérer des actions de communication interne, de communication externe et de relations de presse

- Gérer son projet de communication et de relations de presse – 2 jours p. 203
- Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication – 3 jours
- Réaliser l'action, travailler avec un prestataire – 1 jour p. 213

Code : 38110  
6 jours – 42 heures  
4 700 € HT

### BLOC 3 Concevoir des supports de communication interne, externe et de relations de presse

- Écriture journalistique – 3 jours p. 237
- Écrire pour le web – 3 jours p. 149
- Les fondamentaux du community management – 2 jours p. 162
- Rédiger des communiqués de presse et évaluer ses actions presse – 2 jours p. 243
- Picture marketing : mettre en scène ses supports de communication – 3 jours p. 171
- Maîtriser les fondamentaux du droit de la presse et des médias – 1 jour p. 136
- Maîtriser les techniques de la relecture et de la correction – 2 jours p. 248

Code : 38112  
13 jours – 91 heures  
10 280 € HT

### BLOC 4 Conseiller les acteurs internes

- Devenir un prestataire en communication interne – 2 jours p. 212
- Gérer une crise – 2 jours p. 209

Code : 38113  
4 jours – 28 heures  
2 800 € HT

### BLOC 5 Évaluer des actions de communication et de relations de presse

- Piloter la performance de sa communication – 2 jours p. 208
- Exploiter et optimiser les résultats ses actions digitales, communication et relations presse – 1 jour

Code : 38114  
3 jours – 21 heures  
2 110 € HT

### BLOC 6 Constituer ou développer son réseau et ses connaissances professionnelles

- Développer et entretenir son réseau – 1 jour p. 207

Code : 38115  
1 jour – 7 heures  
800 € HT



## Datajournaliste

**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | L'outil du datajournaliste : le tableau (1 jour) | Protéger ses sources, sécuriser ses données (1 jour) | Trouver et questionner les données (1 jour).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information | Vérifier les informations issues du web (1 jour) | Extraire la donnée : depuis le web, un document pdf, une image (1 jour) | Nettoyer les données brutes : obtenir un tableur pour croiser ses sources (1 jour).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Datavisualiser l'actualité, un événement (1 jour) | Sélectionner un sujet d'enquête de data (1 jour) | Réaliser une enquête collaborative (1 jour) | Réaliser une enquête en datajournalisme (2 jours).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | La boîte à outils HTML du datajournaliste (1 jour) | Réaliser une cartographie interactive (1 jour) | Réaliser des graphiques interactifs simples (1 jour) | Produire des graphiques interactifs complexes (2 jours).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Préparer un brief pour un infographiste (1 jour) | Proposer des piges en datajournalisme (1 jour).

### MODULE 1 | 4 heures

#### Introduction au datajournalisme

- Classe vidéo.
- E-ressources : introduction au numérique.
- Visionnages en ligne.
- Démarrage de la communauté.

### MODULE 2 | 1 jour

#### Vérifier les informations issues du web

- Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus.
- Contextualiser et recouper l'information.
- Authentifier une image, une vidéo issues du web.
- Repérer les fakes news.

### MODULE 3 | 1 jour

#### L'outil du datajournaliste : le tableur

- Découvrir les fondamentaux du tableur.
- Comprendre les formules de calcul essentielles.
- Prévisualiser grâce aux graphiques interactifs.
- Connaître les spécificités de Google spreadsheet.

### MODULE 4 | 1 jour

#### Trouver et questionner les données

- Découvrir les principales sources des statistiques.
- Se constituer ses propres bases de données.
- Identifier les atouts et limites de

l'Open Data.

- Interroger la fiabilité des sources.

### MODULE 5 | 1 jour

#### Sélectionner un sujet d'enquête de data

- De l'intuition à la recherche organisée.
- Anticiper le temps et le déroulé de l'enquête.
- Connaître les spécificités de l'organisation de ses bases de données.

### MODULE 6 | 1 jour

#### Extraire la donnée en datajournalisme

- Extraire depuis un site web.
- Extraire depuis un PDF.
- Extraire depuis un scan, une image.

### MODULE 7 | 1 jour

#### Nettoyer les données brutes

- Comprendre ce qu'est une donnée "propre".
- Nettoyer grâce au tableur.
- Compléter avec Open Refine.

### MODULE 8 | 1 jour

#### Réaliser des graphiques interactifs simples

- Construire une infographie interactive avec Infogram.
- Réaliser des graphes originaux sur Raw.
- Créer un nuage de mots sur Word cloud.
- Générer un graph de réseaux sur Onodo.

### MODULE 9 | 1 jour

#### Datavisualiser l'actualité, un événement

- Traiter la donnée lors d'une actualité chaude.
- Mettre en place les grandes étapes d'une production quotidienne de graphiques interactifs.
- Concevoir une web application événementielle.

### MODULE 10 | 2 jours

#### Produire des graphiques interactifs complexes

- Explorer en profondeur Tableau public : identifier ses atouts (graphiques temporels, dashboard interactif...).
- Travailler avec des bases de données importantes.

### MODULE 11 | 1 jour

#### Réaliser une enquête collaborative

- Mettre en place les outils pour travailler en équipe.
- Créer collectivement une base de données.
- Organiser le travail et répartir les angles.

### MODULE 12 | 1 jour

#### La boîte à outils HTML du datajournaliste

- Connaître la structure d'une page HTML.
- Donner du style avec le CSS.
- Aller plus loin avec les Div.
- Coder un graphique.

### MODULE 13 | 1 jour

#### Cartographier : géolocaliser ses données

- Se familiariser avec les outils de géocodage.
- S'initier à Carto DB : poser des données sur des lieux précis.
- S'initier à GoogleMaps : poser des données sur des zones géographiques.
- S'initier à Khartis : réaliser rapidement une carte statistique.
- S'initier à StoryMaps : se lancer dans une narration de cartes.

### MODULE 14 | 1 jour

#### Préparer un brief pour un infographiste

- Connaître les différents formats de mises en scène des données.
- Connaître les bases de la narration visuelle : écrire un storyboard pour/avec le designer.
- Trouver l'équilibre entre le fond et la forme pour réaliser son sujet en data.

### MODULE 15 | 1 jour

#### Protéger ses sources, sécuriser ses données

- Échanger des données dans un environnement numérique.
- Connaître les fondamentaux de la sécurité numérique.
- Mettre en place quelques techniques et outils.
- VOD : comment protéger votre identité numérique.

## MODULE 16 | 2 jours

### Réaliser une enquête de datajournalisme

- Sur la base d'un sujet choisi, expérience complète du déroulé d'une enquête de data sur les 3 jours.
- Identifier des sources de données, extraire des datas.
- Rechercher des angles pertinents.
- Prévisualiser et construire la narration.
- Réaliser le projet interactif sur Tableau public.

## MODULE 17 | 1 jour

### Proposer des sujets en datajournalisme

- Valoriser un sujet de datajournalisme alors qu'il ne se traduit pas en feuilleton.
- Positionner ses sujets sur les grandes actualités de l'année.
- Faire comprendre son expertise particulière.
- Présenter son sujet en conférence de rédaction.
- Proposer son sujet à un rédacteur en chef, un chef de service.

## MODULE 18 | 1 jour

### Soutenance devant le jury

- Présentation d'un sujet de datajournalisme

## MODULE 19 | 1h30

### CV Rex

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

## INITIATION

Code : 46038

- 🕒 19,5 jours | 133 h
- 💰 Prix HT : 6840 €

### OBJECTIFS

S'initier aux outils de datajournalisme.  
Connaître les compétences à agréger en datajournalisme.  
Acquérir la méthodologie pour développer un projet éditorial en datajournalisme.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Journalistes et tout public souhaitant produire des contenus éditoriaux en datajournalisme, travaillant dans une structure publique.  
Journalistes et tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans des structures publiques.

Code DOKÉLIO : 024773

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation en classe à distance synchrone avec le formateur, consultation d'e-ressources, accompagnement en social learning.  
Présentations interactives, exemples tirés de l'actualité récente, exercices, mises en situation.

### ÉVALUATION

Quiz amont/aval. Nombreux exercices intermédiaires pendant la formation pour assurer les acquis et la progression.  
Évaluation en continu personnalisée. À l'issue de chaque module.  
À la fin de la formation : passage en jury en vue de l'obtention du titre RNCP "Journaliste".  
Évaluation à chaud : bilan-qualité pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.  
Évaluation à froid : trois mois après la fin de la formation, échanges avec le formateur en classe à distance synchrone pour mesurer la mise en application des acquis de la formation en situation de travail.

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Classe à distance le 11/3/2019  
puis le 21/3/2019  
puis le 28/3/2019  
puis le 04/4/2019  
puis le 11/4/2019  
puis le 18/04/2019  
puis le 25/04/2019  
puis le 09/05/2019  
puis le 16/5/2019  
puis le 23 et 24/5/2019  
puis le 29/5/2019  
puis le 06/6/2019  
puis le 13/6/2019  
puis le 20/6/2019  
puis le 27/6/2019  
les 03-04/7/2019  
puis le 11/7/2019  
jury le 12/7/2019  
retour d'expérience le 29/10/2019

#### Session 2

Classe à distance le 23/9/2019  
puis le 04/10/2019  
puis le 10/10/2019  
puis le 17/10/2019  
puis le 24/10/2019  
puis le 07/11/2019  
puis le 14/11/2019  
puis le 28/11/2019  
puis le 05/12/2019  
puis les 12 et 13/12/2019  
puis le 19/12/2019  
puis le 09/1/2020  
puis le 16/1/2020  
puis le 23/1/2020  
puis le 30/1/2020  
puis les 06 et 07/2/2020  
puis le 13/2/2020  
jury le 13/2/2020  
retour d'expérience - le 28/5/2020

## AMBASSEDEURS



### Karen Bastien et François Prosper Cofondateurs de l'agence WeDoData

Le datajournalisme a mûri. Il investit les rédactions, séduit les lecteurs. En renouvelant les angles et les formats, il participe à cette reconfiguration globale du métier, entre fact-checking de l'actualité, lutte contre les fake news et renouveau des enquêtes au niveau local ou international. L'accès grandissant aux données et surtout le développement d'un éventail d'outils toujours plus performants annoncent de beaux jours pour ce « data driven journalism » qui ne doit pas être réduit à des aspects techniques. C'est avant tout une nouvelle culture éditoriale, web et visuelle.

*Crédit-photo : Emmanuel Robert-Espalieu*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Journaliste numérique



**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | Gagner en agilité numérique (2 jours) | Veille et recherche d'informations sur Internet (2 jours).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information - Vérifier les informations issues du web (1 jour) | Droit et presse en ligne (1 jour).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Rédiger pour le web (2 jours) | Écrire sur les réseaux sociaux (2 jours) | Filmer avec son smartphone (2 jours) | Concevoir un reportage vidéo pour le web (5 jours).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | Datavisualisation : la boîte à outils (3 jours) | Réaliser un diaporama (4 jours) | Podcast, videocast (3 jours) | Produire des stories (1 jour).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Proposer son sujet numérique (1 jour).

### MODULE 1 | 4h

#### Introduction au journalisme numérique

- Classe vidéo.
- E-ressources : introduction au numérique.
- Social learning : mise en place de la communauté d'apprenants.

### MODULE 2 | 2 jours

#### Gagner en agilité numérique

- Publier sur le web.
- Protéger ses données et ses sources.
- Mettre le web au service de ses angles.
- Maîtriser sa navigation sur Internet et améliorer sa sélection de l'information.

### MODULE 3 | 2 jours

#### Veille et recherche d'informations sur Internet

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu web pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

### MODULE 4 | 1 jour

#### Vérifier les informations issues du web

- Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus.
- Contextualiser et recouper l'information.
- Authentifier une image, une vidéo issues du web.
- Repérer les fake news.

### MODULE 5 | 2 jours

#### Écrire sur les réseaux sociaux

- Définir son positionnement éditorial sur les réseaux sociaux.
- Pousser du contenu sur Twitter.
- Promouvoir du contenu sur Facebook.

### MODULE 6 | 1 jour

#### Produire des stories

- Comprendre la montée en puissance du format stories.
- Produire une story.
- Promouvoir et archiver ses stories.

### MODULE 7 | 1 jour

#### Droit et presse en ligne

- Respecter les droits d'auteur sur Internet.
- Éviter les délits de presse sur Internet.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Qui est responsable des contenus mis en ligne ?

### MODULE 8 | 2 jours

#### Rédiger pour le web

- Comprendre l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus.
- Organiser l'information.
- S'initier aux différents types d'écriture pour le web.
- Travailler la lisibilité d'un texte web.
- Optimiser son article pour la diffusion.

### MODULE 9 | 3 jours

#### Datavisualisation : la boîte à outils

- Réaliser une carte interactive.
- Concevoir une infographie.
- Réaliser une image interactive.
- Réaliser une frise chronologique interactive.

### MODULE 10 | 2 jours

#### Réaliser un diaporama (1)

- Découvrir le format diaporama.
- Choisir le matériel de prise de son.
- Préparer le son.

### MODULE 11 | 2 jours

#### Réaliser un diaporama (2)

- Définir le diaporama multimédia.
- Maîtriser les outils de conception d'un diaporama : identifier les logiciels, s'initier à la narration éditoriale par l'image, gérer l'édition de son diaporama.
- Créer son diaporama : prise de vue, montage, mixage du son, des photos.

### MODULE 12 | 2 jours

#### Filmer avec son smartphone

- Connaître l'environnement MoJo "Mobile Journalism".
- Filmer avec le bon matériel.
- Filmer sur le terrain.
- Réaliser un montage efficace.
- Mettre en ligne sa vidéo.
- Concevoir un reportage vidéo pour le web (5 jours)
- La place de l'image sur Internet.

### MODULE 13 | 5 jours

#### Concevoir un reportage vidéo pour le web

- Utiliser les techniques traditionnelles du reportage.
- Réussir la préparation du reportage.
- L'aspect journalistique du montage.

### MODULE 14 | 2 jours

#### Réussir ses videocasts

- Tourner-monter pour le web : penser son sujet en amont, maîtriser les techniques de tournage.
- Indexer et promouvoir ses contenus vidéo : gérer l'édition de son sujet, les moteurs de recherche spécialisés, jouer la viralité sur les réseaux sociaux.

### MODULE 15 | 1 jour

#### Réussir ses podcasts

- Définir le genre podcast
- Concevoir un podcast
- Adopter les bons réflexes sur le terrain
- Finaliser son podcast
- Mise en situation : maîtriser la prise de son en utilisant un Zoom et réaliser un podcast

### MODULE 16 | 1 jour

#### Proposer son sujet numérique

- Présenter son sujet numérique à un rédacteur en chef, à un chef de service.
- Proposer son sujet en conférence de rédaction : compléments à envisager sur le print.

- Rédiger le synopsis de son sujet numérique.
- Pitcher son sujet : appliquer les principes d'une présentation express.
- Mise en situation.

## MODULE 17 | 2 jours

### Soutenance devant le jury

- Une journée : mise en situation réelle de traitements multimédias appliqués à l'information.
- Une journée : soutenance devant le jury.

## MODULE 18 | 1H30

### CV Rex

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédiées.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

#### INITIATION

Code : 46014

🕒 31 jours | 217 h

💰 Prix HT : 11470 €

#### OBJECTIFS

Découvrir des outils pour mettre en scène l'information sur les supports numériques.

Produire des contenus éditoriaux numériques.

Construire de nouveaux formats de narration digitale.

#### PRÉREQUIS

Avoir une expérience journalistique.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024266

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, nombreux travaux pratiques, classe à distance, modules VOD, social learning.

#### ÉVALUATION

Quiz amont/aval de la formation.

Évaluation en continu à la fin de chaque module, sous forme d'exercices ou de quiz, pour mesurer les acquis et la progression.

À la fin de la formation : exercices et réalisation d'un sujet multimédia avec passage devant un jury de journalistes + bilan-qualité pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : trois mois après la fin de la formation, échanges en classe à distance synchrone, avec le formateur pour mesurer l'application des acquis de la formation en situation de travail.

#### SESSIONS

##### Paris

##### Session 1

Classe à distance le 18/12/2018 –

puis les 10-11/1/2019

puis du 30/1 au 01/2/2019

puis du 25 au 27/2/2019

puis du 20 au 22/3/2019

puis du 15 au 17/4/2019

puis les 9-10/5/2019

puis les 27-28/5/2019

puis les 20-21/6/2019

puis du 15 au 19/7/2019

puis du 28 au 30/8/2019

puis les 16-17/9/2019

jury le 18/9/2019

retour d'expérience le 15/1/2020

##### Session 2

Classe à distance le 22/7/2019

puis les 29-30/8/2019

puis du 18 au 20/9/2019

puis du 14 au 16/10/2019

puis du 12 au 14/11/2019

puis du 9 au 11/12/2019

puis les 09-10/1/2020

puis les 27-28/1/2020

puis les 17-18/2/2020

puis du 16 au 20/3/2020

puis du 08 au 10/4/2020

puis les 28-29/4/2020

jury le 30/4/2020

retour d'expérience le 08/9/2020

#### AMBASADEUR



**Quentin Blanc**  
Journaliste multimédia

La maîtrise des outils numériques est aujourd'hui devenue un atout déterminant pour un journaliste. Vidéos, infographies interactives, Twitter, Snapchat... Pour attirer l'attention des lecteurs, développez vos compétences et apprenez à réaliser et à promouvoir des contenus web attrayants.

*Credit-photo : Jules Lefebvre*

#### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Journaliste community manager



**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | Gagner en agilité numérique (2 jours) | Veille et recherche d'informations sur Internet (2 jours).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information | Pratiquer Twitter et Facebook (2 jours) | Droit et réseaux sociaux (1 jour).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Écrire sur les réseaux sociaux (2 jours) | Animer son compte Twitter (1 jour) | Maîtriser les metrics des réseaux sociaux (0,5 jour) | Publier sur Snapchat (1 jour).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | Produire des stories (1 jour) | Maîtriser et concevoir le contenu de marque et le native advertising (2 jours) | Mesurer sa performance sur les réseaux et médias sociaux (2 jours) | Lancer son chatbot (1 jour).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Être un CM force de proposition (1 jour).

### MODULE 1 | 4h

#### Introduction au journalisme numérique

- Classe vidéo.
- E-ressources : introduction au numérique.
- Social learning : mise en place de la communauté d'apprenants.

### MODULE 2 | 2 jours

#### Gagner en agilité numérique

- Publier sur le web.
- Protéger ses données et ses sources.
- Mettre le web au service de ses angles.
- Maîtriser sa navigation sur Internet améliorer sa sélection de l'information.

### MODULE 3 | 2 jours

#### Veille et recherche d'informations sur Internet

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu web pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

### MODULE 4 | 2 jours

#### Pratiquer Twitter et Facebook

- Utiliser Facebook.
- Utiliser Twitter.
- Les outils complémentaires à connaître.
- S'appuyer sur les réseaux sociaux pour élargir son offre éditoriale.

### MODULE 5 | 2 jours

#### Écrire sur les réseaux sociaux

- Définir son positionnement éditorial sur les réseaux sociaux.
- Pousser du contenu sur Twitter.
- Pousser du contenu sur Facebook.

### MODULE 6 | 1 jour

#### Publier sur Snapchat

- Définir sa présence social media.
- De la stratégie à la mise en œuvre : définir sa cible, ses objectifs, identifier les besoins de sa communauté pour déterminer son ambition communautaire.
- Appliquer sa stratégie communautaire : intégrer la stratégie social media à la politique générale de l'entreprise.

### MODULE 7 | 1 jour

#### Stalker sur les réseaux sociaux

- Maîtriser la veille et la recherche d'information sur les réseaux sociaux.
- Découvrir les outils de stalking.
- Nombreuses mises en application pratiques.

### MODULE 8 | 1 jour

#### Animer son compte Twitter

- Décliner les fonctions de base : son avatar, sa biographie, le vocabulaire, les options, les listes.
- Utiliser son compte Twitter pour mettre en place une veille.
- Repérer des twittos à solliciter.
- Utiliser son compte pour promouvoir ses contenus.

### MODULE 9 | 1 jour

#### Maîtriser les metrics des réseaux sociaux

- Plonger dans les outils de mesure des réseaux et médias sociaux généralistes.
- Plonger dans les outils de mesure des réseaux et médias sociaux des autres plateformes.

### MODULE 10 | 1 jour

#### Produire des stories

- Comprendre la montée en puissance du format stories.
- Produire une story.
- Promouvoir et archiver ses stories.

### MODULE 11 | 2 jours

#### Concevoir et maîtriser le contenu de marque et le native advertising

- Découvrir le marketing éditorial.
- Saisir les opportunités de contenu.
- Concevoir, écrire et distribuer ses contenus.
- Exercices pratiques et mises en situation.

### MODULE 12 | 2 jours

#### Mesurer sa performance sur les réseaux et médias sociaux

- Comprendre pourquoi évaluer ses actions sur les réseaux et médias sociaux.
- Mesurer son ROI.
- Booster son ROI sur les réseaux et médias sociaux.

## MODULE 13 | 1 jour

### Lancer son chatbot

- Panorama et usages des chatbots.
- Comprendre le principe des robots conversationnels.
- Le format conversationnel, une stratégie complémentaire entre media et communauté.

## MODULE 14 | 1 jour

### Droit et réseaux sociaux

- Éviter les risques juridiques : principaux réflexes.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Respecter les droits d'auteurs sur Internet.
- La responsabilité et la mise en ligne de contenus.
- Les précautions juridiques.

## MODULE 15 | 1 jour

### Être un CM force de proposition

- Participer aux conférences de rédaction en tant que CM.
- Proposer des sujets à sa rédaction à partir des remontées des réseaux sociaux.
- Faire des synthèses d'actu ou d'une thématique.

## MODULE 16 | 1 jour

### Soutenance devant le jury

- Présentation d'un travail d'analyse d'une stratégie communautaire de média.

## MODULE 17 | 1H30

### CV Rex

- Présentation de ce que vous avez mis en place
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises

## INITIATION

Code : 46061

- 🕒 21 jours | 1 h
- 💰 Prix HT : 7260 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec les réseaux sociaux.  
Mettre en place des actions éditoriales et webmarketing pour faire rayonner sa marque média et augmenter son audience.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
**Code DOKÉLIO : 024268**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, classe à distance, social learning.

### ÉVALUATION

Quiz amont/aval de la formation.  
Évaluation en continu à la fin de chaque module, sous forme d'exercices ou de quiz, pour mesurer les acquis et la progression.

À la fin de la formation : exercices et réalisation d'un sujet multimédia avec passage devant un jury de journalistes + bilan-qualité pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : trois mois après la fin de la formation, échanges en classe à distance synchrone, avec le formateur pour mesurer l'application des acquis de la formation en situation de travail.

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Classe à distance le 18/12/2018  
puis les 10-11/1/2019  
puis les 30-31/1/2019  
puis du 19 au 22/2/2019  
puis du 18 au 20/3/2019  
puis les 15-16/4/2019  
puis du 13 au 16/5/2019  
puis les 06 et 07/6/2019  
puis le 01/07/2019  
jury le 02/7/2019  
retour d'expérience le 24/10/2019

#### Session 2

Classe à distance le 22/7/2019  
puis les 29-30/8/2019  
puis les 18-19/9/2019  
puis du 14 au 17/10/2019  
puis du 13 au 15/11/2019  
puis les 12-13/12/2019  
puis du 07 au 10/1/2020  
puis les 03-04/2/2020  
puis le 26/2/2020  
jury le 27/2/2020  
retour d'expérience le 04/6/2020

## AMBASSEUR



**Pierre Bohm**  
Journaliste social media manager

Le journaliste Community Manager a une position centrale au sein de la rédaction. Il travaille au carrefour de la rédaction, du marketing, des partenariats, de la publicité et de la communication. En étant à la fois journaliste (donc producteur de contenus) et CM (donc distributeur de contenus via les réseaux sociaux), le journaliste CM embrasse une large palette de problématiques qui se posent aujourd'hui chez tous les médias. Il est aussi celui qui veille à la réputation de sa marque et qui trouve grâce à une veille sectorielle efficace l'information où elle se trouve d'abord : sur les réseaux sociaux. Cette formation journaliste CM du CFPJ permet de former des journalistes numériques experts des réseaux sociaux.

*Crédit-Photo : DR*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

## Journaliste Reporter d'Images



**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | S'initier au journalisme TV (3 jours).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information | Enquête, sources et fact-checking sur le web et les réseaux sociaux (3 jours) | Le droit de l'image (1 jour).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Concevoir un reportage pour la télévision (5 jours) | Maîtriser le commentaire sur image (5 jours) | Réaliser un sujet magazine (5 jours) | S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue (10 jours) | Maîtriser le maniement de la caméra (3 jours) | JRI en solo (5 jours).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | Montage : l'art de raconter en images (2 jours) | JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie (2 jours) | Prendre en main Final Cut (5 jours).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur (2 jours).

### MODULE 1 | 4h

#### Introduction au journalisme audiovisuel (RNCP)

- Classe vidéo.
- Social learning : mise en place de la communauté.

### MODULE 2 | 3 jours

#### S'initier au journalisme TV

- Découvrir l'environnement télévisuel.
- Identifier les genres journalistiques en télévision.
- Différencier les sources, les vérifier.
- Hiérarchiser l'information.
- Construire un reportage.
- Renforcer la lisibilité de l'image.
- Structurer l'écriture journalistique.

### MODULE 3 | 2 jours

#### Montage : l'art de raconter en images

- Connaître la composition de l'image.
- Introduire du rythme au montage.
- Mettre en œuvre les notions clés du montage.
- Prendre le temps de dérushier.

### MODULE 4 | 10 jours

#### S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue

- Découvrir la caméra.
- S'initier à la technique de prise de vue.
- Gérer le son en tournage.
- Bien filmer une interview.

- Découvrir la construction du reportage.

### MODULE 5 | 3 jours

#### Maîtriser le maniement de la caméra

- Améliorer son efficacité en tournage.
- Maîtriser la narration par l'image.
- Décoder la grammaire de l'image.
- Bien construire ses séquences.
- Maîtriser le son dans toutes les situations.

### MODULE 6 | 2 jours

#### JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie

- Bien s'équiper.
- Importer ses images.
- Stocker et sauvegarder ses rushes.
- Exporter son projet.

### MODULE 7 | 5 JOURS

#### Prendre en main Final Cut

- Découvrir le logiciel.
- Traiter les rushes.
- Découvrir le montage.
- Maîtriser le son.
- Utiliser la lumière à bon escient.

### MODULE 8 | 5 jours

#### Concevoir un reportage pour la télévision

- Préparer le reportage.
- Réussir son reportage TV sur le terrain.
- Maîtriser les étapes du montage.
- Écrire le commentaire sur image.
- Mixer sa voix.

### MODULE 9 | 5 jours

#### Maîtriser le commentaire sur image

- Intégrer les fondamentaux du commentaire sur image.
- Construire son sujet.
- Respecter le rapport texte-image.
- Poser sa voix et faire vivre son texte (avec un comédien).

### MODULE 10 | 3 JOURS

#### Enquête, sources et fact checking sur le web

- Trouver des sujets qui sortent du lot.
- Rechercher des témoins et des experts.
- Infiltrer les communautés sur les réseaux sociaux.
- Consulter les forums spécialisés.
- Appliquer le fact checking à tout moment de son enquête.
- Décrypter les images.
- Donner de la visibilité à son enquête.

### MODULE 11 | 2 jours

#### Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur

- Être visible.
- Construire son projet pour proposer des piges en télévision.
- Présenter ses projets, soigner l'écriture, la rédaction du synopsis.
- Choisir son producteur.
- Proposer son sujet à un diffuseur.

### MODULE 12 | 5 jours

#### JRI en solo

- Découvrir la vidéo sur le web.
- Tourner un sujet seul.
- Monter seul sur Final Cut.
- Imaginer de nouveaux formats pour le web.

### MODULE 13 | 1 jour

#### Le droit de l'image

- L'image et le droit au respect de la vie privée.
- L'image en dehors de la vie privée.
- Captation et liberté d'expression.

### MODULE 14 | 5 jours

#### Le dossier JT

- Réalisation de sujets complets.
- Visionnage critique.

### MODULE 15 | 13 jours

#### Les autres sujets

- Réalisation de sujets news, de mag et de JT.
- Préparation du jury.

### MODULE 16 | 1 jour

#### Soutenance devant le jury

- Présentation de reportages réalisés en formation.

### MODULE 17 | 4 semaines

#### Stage en rédaction

**MODULE 18 | 1h30****CV Rex**

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédiées.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

**INITIATION**

Code : 45020

- 🕒 65 jours | 455 h
- 💰 Prix HT : 15030 €

**OBJECTIFS**

S'initier à l'utilisation de la caméra et découvrir toutes ses fonctions. Comprendre les règles de tournage et les appliquer sur le terrain. Maîtriser la réalisation d'un reportage en autonomie.

**PRÉREQUIS**

Justifier d'une première expérience dans un média.

**PUBLIC CONCERNÉ**

Journalistes tous médias.

**Code DOKÉLIO : 022227**

**APPROCHE PÉDAGOGIQUE**

Présentation interactive, exercices pratiques, mises en application.

**ÉVALUATION**

Quiz amont/aval de la formation.

Évaluation continue à la fin de chaque module pour mesurer les acquis et la progression.

Évaluation à froid : trois mois après la fin de la formation, échanges en classe à distance synchrone avec le formateur pour mesurer l'application des acquis de la formation en situation de travail.

**SESSIONS****Paris****Session 1**

Classe à distance le 26/3/2019  
 puis du 08 au 10/4/2019  
 puis les 11-12/4/2019  
 puis du 15 au 26/4/2019  
 puis du 29/4 au 01/5/2019  
 puis les 02-03/5/2019  
 puis du 05-10/5/2019  
 puis du 13 au 17/5/2019  
 puis du 20 au 24/5/2019  
 puis du 27 au 29/5/2019 –  
 puis les 30-31/5/2019  
 puis du 03 au 07/6/2019  
 puis le 10/6/2019  
 puis du 11 au 17/6/2019  
 puis du 18/6 au 04/7/2019  
 jury le 05/7/2019  
 stage du 08/7 au 02/8/2019  
 retour d'expérience le 14/11/2019

**Session 2**

Classe à distance le 24/10/2019  
 puis du 04 au 06/11/2019  
 puis les 07-08/11/2019  
 puis du 11 au 22/11/2019  
 puis du 25 au 27/11/2019  
 puis les 28-29/11/2019  
 puis du 02 au 06/12/2019  
 puis du 09 au 13/12/2019  
 puis du 16 au 20/12/2019  
 puis du 06 au 08/1/2020  
 puis les 09 et 10/1/2020  
 puis du 13 au 17/1/2020  
 puis le 20/1/2020  
 puis du 21 au 27/1/2020  
 puis du 28/1 au 13/2/2020  
 jury le 14/2/2020  
 stage du 17/2 au 13/3/2020  
 retour d'expérience le 26/6/2020

**AMBASSEUR**
**Karine Guillaumin**  
 Journaliste-réalisatrice

Le métier de JRI est en constante évolution. Outre l'évolution technologique, ces dernières années, c'est surtout la pratique qui change. Le JRI est un journaliste amené de plus en plus à intervenir seul sur le terrain. Il doit faire preuve de rapidité mais aussi d'une grande polyvalence, pouvoir gérer la technique comme les aspect éditoriaux, être capable de s'adapter à toutes les caméras et à tous les supports. Pour atteindre cet objectif, il faut avoir des bases solides et des réflexes sûrs que la formation vous permet d'acquérir auprès de professionnels aguerris.

*Crédit photo : Laëtitia Caudin*

**S'INSCRIRE**

au 01 44 82 20 00  
 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
 par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
 et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Rédacteur TV multisupport



**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | S'initier au journalisme TV (3 jours).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information | Enquête, sources et fact-checking sur le web et les réseaux sociaux (3 jours) | Le droit de l'image (1 jour).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Concevoir un reportage pour la télévision (5 jours) | Maîtriser le commentaire sur image (5 jours) | Présenter des flashes et des journaux TV (3 jours) | Enquêter à la télévision (3 jours) | Réaliser un sujet magazine (5 jours) | Présenter une tranche d'information en TV (5 jours) | Le plateau de situation (2 jours) | Tenir une édition spéciale (2 jours) | Maîtriser l'interview à la télévision (3 jours) | Animer un débat à la télévision (1 jour) | Tourner avec son smartphone (2 jours).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | Prendre en main Final Cut (5 jours) | Montage : l'art de raconter en images (2 jours).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Présenter et vendre ses sujets à diffuseur (2 jours).

### MODULE 1 | 4h

#### Introduction au journalisme audiovisuel

- Classe vidéo.
- Social learning : mise en place de la communauté.

### MODULE 2 | 3 jours

#### S'initier au journalisme TV

- Découvrir l'environnement télévisuel.
- Identifier les genres journalistiques en télévision.
- Différencier les sources, les vérifier.
- Hiérarchiser l'information.
- Construire un reportage.
- Renforcer la lisibilité de l'image.
- Structurer l'écriture journalistique.

### MODULE 3 | 2 jours

#### Montage : l'art de raconter en images

- Connaître la composition de l'image.
- Introduire du rythme au montage.
- Mettre en œuvre les notions clés du montage.
- Prendre le temps de dérushier.

### MODULE 4 | 5 jours

#### Prendre en main Final Cut

- Découvrir le logiciel.
- Traiter les rushes.
- Découvrir le montage.
- Maîtriser le son.
- Utiliser la lumière à bon escient.

### MODULE 5 | 5 jours

#### Maîtriser le commentaire sur image

- Intégrer les fondamentaux du commentaire sur image.
- Construire son sujet.
- Respecter le rapport texte-image.
- Poser sa voix et faire vivre son texte (avec un comédien).

### MODULE 6 | 5 jours

#### Concevoir un reportage pour la télévision

- Préparer le reportage.
- Réussir son reportage TV sur le terrain.
- Maîtriser les étapes du montage.
- Écrire le commentaire sur image.
- Mixer sa voix.

### MODULE 7 | 5 jours

#### Réaliser un sujet magazine

- S'organiser avant le tournage : les différentes étapes de la réalisation d'un sujet magazine.
- Gérer pendant le tournage : les séquences et les imprévus.
- Finaliser après le tournage : arrêter un plan de montage.

### MODULE 8 | 5 jours

#### Présenter une tranche d'information en TV

- Préparer et construire une tranche d'information.
- Présenter une tranche d'information interactive et rythmée.
- Faire vivre l'information.

- Améliorer sa posture face à la caméra.

### MODULE 9 | 2 jours

#### Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur

- Être visible.
- Construire son projet pour proposer des piges en télévision.
- Présenter ses projets, soigner l'écriture, la rédaction du synopsis.
- Choisir son producteur.
- Proposer son sujet à un diffuseur.

### MODULE 10 | 3 jours

#### Enquêter à la télévision

- Comprendre les mécanismes de l'enquête à la télévision.
- Différencier les genres d'enquête.
- Préparer une enquête.
- Construire son projet au long cours.
- Écrire avant de tourner.
- Gérer le tournage.
- Soigner le montage.

### MODULE 11 | 3 jours

#### Enquête, sources et fact checking sur le web

- Trouver des sujets qui sortent du lot.
- Rechercher des témoins et des experts.
- Infiltrer les communautés sur les réseaux sociaux.
- Consulter les forums spécialisés.
- Appliquer le fact checking à tout moment de son enquête.
- Décrypter les images.
- Donner de la visibilité à son enquête.

### MODULE 12 | 2 jours

#### Filmer avec son smartphone

- Connaître l'environnement MoJo "Mobile Journalism".
- Filmer avec le bon matériel.
- Filmer sur le terrain.
- Réaliser un montage efficace.
- Mettre en ligne sa vidéo.

### MODULE 13 | 3 jours

#### Présenter des flashes et des journaux TV

- Préparer et présenter des flashes d'actualité.
- Préparer et présenter des journaux.
- Améliorer sa posture face caméra.
- Prendre et rendre l'antenne.

### MODULE 14 | 1 jour

#### Le droit de l'image

- L'image et le droit au respect de la vie privée.
- L'image en dehors de la vie privée.
- Captation et liberté d'expression.

### MODULE 15 | 1 jour

#### Animer un débat à la télévision

- Préparer le débat, se documenter.
- Concevoir la scénographie du débat
- Garder la maîtrise du débat.

## MODULE 16 | 2 jours

### Tenir une édition spéciale sur le terrain

- Découvrir l'édition spéciale et ses impératifs.
- Tenir l'antenne et gérer une édition spéciale.

## MODULE 17 | 3 jours

### Maîtriser l'interview à la télévision

- Préparer l'interview.
- Conduire l'interview.
- Respecter le temps imparti.
- Travailler l'interview sur la forme.

## MODULE 18 | 2 jours

### Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra

- Se préparer pour faire un plateau.
- Maîtriser les conditions d'un plateau réussi.

## MODULE 19 | 3 jours

### Production d'un JT quotidien

- Conférence de rédaction.
- Préparation et réalisation d'un JT tous les jours.

## MODULE 20 | 4 jours

### Préparation du jury

- Finalisation des travaux présentés.
- Débriefing de fin de formation.

## MODULE 21 | 1 jour

### Soutenance devant le jury

- Présentation de sujets réalisés pendant la formation.

## MODULE 22 | 4 SEMAINES

### Stage en rédaction

- MOD -

## MODULE 23 | 1h30

### CV Rex

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédiées.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

## INITIATION

Code : 45019

- 🕒 60 jours | 420 h
- 💰 Prix HT : 14035 €

### OBJECTIFS

Vérifier ses informations, appliquer des techniques de fact-checking, déjouer les fake news. Découvrir les techniques de prise de vue et du montage avec un téléphone mobile. Apprendre à filmer comme un pro avec son smartphone.

### PRÉREQUIS

Justifier d'une expérience dans un média.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code **DOKELIO : 023939**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices pratiques. Classe à distance, social learning.

### ÉVALUATION

Quiz amont/aval de la formation. Évaluation en continue à la fin de chaque module. Évaluation à froid : trois mois après la formation, échanges en classe à distance synchrone avec le formateur pour mesurer les applications des acquis de la formation en situation de travail.

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Classe à distance le 15/2/2019  
puis du 25 au 27/2/2019  
puis du 28/2 au 01/3/2019  
puis du 04 au 08/3/2019  
puis du 11 au 15/3/2019  
puis du 18 au 22/3/2019  
puis du 25 au 29/3/2019  
puis du 01 au 05/4/2019  
puis les 08-09/4/2019  
puis du 10 au 12/4/2019  
puis du 15 au 17/4/2019  
puis les 18-19/4/2019  
puis du 22 au 24/4/2019  
puis le 25/4/2019  
puis le 26/4/2019  
puis les 29-30/4/2019  
puis du 01 au 03/5/2019  
puis les 06-07/5/2019  
puis du 08 au 10/5/2019  
puis du 13 au 16/5/2019  
jury le 17/5/2019  
stage du 20/5 au 14/6/2019  
retour d'expérience le 26/9/2019

#### Session 2

Classe à distance le 15/7/2019  
puis du 26 au 28/8/2019  
puis les 29-30/8/2019  
puis du 02 au 06/9/2019  
puis du 09 au 13/9/2019  
puis du 16 au 20/9/2019  
puis du 23 au 27/9/2019  
puis du 30/9 au 04/10/2019  
puis les 07-08/10/2019  
puis du 9 au 11/10/2019  
puis du 14 au 16/10/2019  
puis les 17-18/10/2019  
puis du 21 au 23/10/2019  
puis le 24/10/2019  
puis le 25/10/2019  
puis les 28-29/10/2019  
puis du 30/10 au 01/11/2019  
puis les 04-05/11/2019  
puis du 06 au 08/11/2019  
puis du 11 au 14/11/2019  
jury le 15/11/2019  
stage du 18/11 au 13/12/2019  
retour d'expérience le 23/4/2020

## AMBASSEUR



### Anne Mourgues Journaliste-réalisatrice

Dans un monde où l'information circule toujours plus vite et de façon plus dense, le rédacteur TV doit s'adapter partout et en toutes circonstances. Il doit maîtriser les nouveaux outils et modes de communication (tournage smartphone, fact-checking...), tout en s'appuyant sur les fondamentaux (reportage, interview, présentation...). Sous des formes variées, il peut raconter au mieux le monde sous toutes ses facettes, avec des mots, des images et du son. La formation est le moment privilégié pour apprendre ces nouveaux usages, les valider et se tester.

*Credit-photo : Marc Duminy*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



## Journaliste radio plurimédia

**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | S'initier au journalisme radio (5 jours).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information | Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs (1 jour).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Le reportage à la radio (5 jours) | Maîtriser les techniques du reportage radio (5 jours) | Présenter des flashes et des journaux à la radio (3 jours) | Les clés pour conduire une interview (3 jours) | Chronique radio : trouver son style (2 jours) | Couvrir un événement en direct à la radio (2 jours).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | Animer une tranche d'info en direct (5 jours) | Maîtriser le montage son numérique (1 jour) | La voix (2 jours).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Proposer des pignes en radio (1 jour).

### MODULE 1 | 4h

#### Introduction au journalisme audiovisuel

- Classe vidéo.
- Social learning : mise en place de la communauté.

### MODULE 2 | 5 jours

#### S'initier au journalisme radio

- Comprendre le fonctionnement et l'organisation d'une rédaction radio.
- Comprendre les spécificités de l'écriture radio.
- Découvrir la présentation : flashes, journaux et papiers.
- Connaître les formats journalistiques radio.
- Les formats numériques et l'enrichissement de la radio sur le web.

### MODULE 3 | 1 jour

#### Maîtriser le montage son numérique

- Découvrir les fonctionnalités du logiciel de montage.
- S'initier au montage sur Nagra sur le terrain.
- Découvrir le montage sur Netia à la rédaction.

### MODULE 4 | 4 jours

#### Perfectionnement au montage numérique

- Utiliser des sons d'ambiance.
- Peaufiner le mixage et les niveaux sonores.
- Maîtriser le multipiste.
- Écrire son lancement.

### MODULE 5 | 5 jours

#### Maîtriser les techniques du reportage radio

- Adopter les bons réflexes sur le terrain.
- Trouver la meilleure situation pour faire des sons.
- Observer, écouter.
- Conserver le lien avec la rédaction.
- Faire vivre les sons, varier les profils des interlocuteurs.
- Gérer le temps du reportage.
- Monter son reportage.
- L'édition multisupport et l'enrichissement du reportage sur le numérique.

### MODULE 6 | 3 jours

#### Les clés pour conduire une interview

- Préparer l'interview
- Repérer les différents types d'interlocuteurs et d'invités : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...
- Juger du potentiel de son interlocuteur à dire des choses.
- Se documenter et s'informer au préalable.
- Construire un plan par thème.
- Hiérarchiser : soigner son introduction et sa première question.
- Préparer l'interview avec son invité.
- Cadrer le déroulé, s'approprier les techniques de l'interview.
- Penser aux civilités.
- Rappeler régulièrement l'identité de l'invité.
- Corriger une inexactitude, reformuler une question, relancer son interlocuteur.
- Insister sans être agressif.
- Pratiquer l'écoute active.
- Respecter le temps imparti.
- Canaliser son interlocuteur.
- Interrompre un invité trop bavard.
- S'adapter en cas de dérapage ou d'imprévu.

### MODULE 7 | 2 jours

#### Chronique radio : trouver son style

- Choisir le thème, la structure, l'habillage.
- Le travail de la voix (avec un comédien).

### MODULE 8 | 3 jours

#### Présenter des flashes et des journaux radio

- Hiérarchiser l'information.
- Rédiger des brèves claires et attractives.
- Trouver le ton de ses lancements.
- Enrichir son style, écrire vite.
- Travailler sa voix.

### MODULE 9 | 2 jours

#### La voix

- Connaître sa voix.
- Utiliser les techniques de l'acteur.
- Travailler sa voix pour parler clair.
- Exercices avec un comédien.

### MODULE 10 | 5 jours

#### Animer une tranche d'info en direct

- Comprendre le fonctionnement d'une tranche d'information.
- Préparer et construire la tranche d'information.
- Animer la tranche d'information.

### MODULE 11 | 1 jour

#### Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs

- Gérer l'audience sur les réseaux sociaux et l'interactivité avec les auditeurs.

## MODULE 12 | 2 jours

### Couvrir un événement en direct à la radio

- Préparer la couverture en direct d'un événement.
- Mener un direct vivant et pertinent.

## MODULE 13 | 1 jour

### Proposer des piges en radio

- Identifier sa cible.
- Vendre son sujet.
- Rédiger sa première pigue.
- Tenir sur la durée.

## MODULE 14 | 1 jour

### Soutenance devant le jury

- Présentation de sujets réalisés pendant la formation.

## MODULE 15 | 4 SEMAINES

### - Stage en rédaction

## MODULE 16 | 2 jours

### CV Rex

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédiées.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

## INITIATION

Code : 44015

- 🕒 40 jours | 280 h
- 💰 Prix HT : 12825 €

### OBJECTIFS

Acquérir les techniques de l'écriture radio et utiliser le son au service de l'information.

Réaliser des reportages sur le terrain.

Maîtriser le montage son numérique.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques journalistiques.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024272

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, mises en situation, classe à distance, social learning.

### ÉVALUATION

Quiz amont/aval de la formation. Évaluation en continue à la fin de chaque module.

Passage en jury à l'issue de la formation en vue d'obtenir le titre RNCP "Journaliste".

Trois mois après la sortie de la formation, échanges en classe à distance synchrone avec le formateur pour mesurer les applications des acquis de la formation en situation de travail.

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Classe à distance le 15/2/2019  
puis du 25 au 27/2/2019  
puis du 28/2 au 01/3/2019  
puis du 04 au 08/3/2019  
puis du 11 au 15/3/2019  
puis du 18 au 22/3/2019  
puis du 25 au 29/3/2019  
puis du 01 au 05/4/2019  
puis les 08-09/4/2019  
puis du 10 au 12/4/2019  
puis du 15 au 17/4/2019  
puis les 18-19/4/2019  
puis du 22 au 24/4/2019  
puis le 25/4/2019  
puis le 26/4/2019  
puis les 29-30/4/2019  
puis du 01 au 03/5/2019  
puis les 06-07/5/2019  
puis du 08 au 10/5/2019  
puis du 13 au 16/5/2019  
jury le 17/5/2019  
stage du 20/5 au 14/6/2019  
retour d'expérience le 26/9/2019

#### Session 2

Classe à distance le 15/7/2019  
puis du 26 au 28/8/2019  
puis les 29-30/8/2019  
puis du 02 au 06/9/2019  
puis du 09 au 13/9/2019  
puis du 16 au 20/9/2019  
puis du 23 au 27/9/2019  
puis du 30/9 au 04/10/2019  
puis les 07-08/10/2019  
puis du 9 au 11/10/2019  
puis du 14 au 16/10/2019  
puis les 17-18/10/2019  
puis du 21 au 23/10/2019  
puis le 24/10/2019  
puis le 25/10/2019  
puis les 28-29/10/2019  
puis du 30/10 au 01/11/2019  
puis les 04-05/11/2019  
puis du 06 au 08/11/2019  
puis du 11 au 14/11/2019  
jury le 15/11/2019  
stage du 18/11 au 13/12/2019  
retour d'expérience le 23/4/2020

## AMBASSEUR



**Vincent Martin**  
Journaliste radio, auteur du livre « Le journalisme radio », aux éditions du CFPJ

À l'ère du numérique et des réseaux sociaux, la radio change ! Elle s'ouvre au monde et se rapproche de l'auditeur. Comment raconter la société ? Et surtout, comment la faire entendre ? En maîtrisant l'écriture radiophonique, l'expression orale et la technologie !

*Crédit-photo : Antoine Duvignau*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

## Devenir journaliste



**BLOC 1** Préparation du recueil et du traitement de l'information | S'initier au journalisme (3 jours) | Gagner en agilité numérique (2 jours) | Connaître les sources d'information des journalistes (2 jours) | Réussir sa prise de notes (0,5 jour) | Veille et recherche d'informations sur Internet (2 jours) | Trouver des angles print et web (2 jours).

**BLOC 2** Recueil et vérification de l'information | Se lancer sur Twitter et Facebook (2 jours) | Vérifier les informations issues du web (1 jour) | Éthique et déontologie (1 jour) | Le droit de la presse (2 jours).

**BLOC 3** Hiérarchisation et traitement de l'information | Écrire pour être lu (10 jours) | Réussir son reportage (4 jours) | Réussir son interview (4 jours) | Rédiger pour le web (2 jours) | Les bases de la photo de presse (5 jours) | Filmer avec son smartphone (2 jours) | Mener une enquête (5 jours) | Concevoir un reportage vidéo pour le web (5 jours).

**BLOC 4** Mise en scène de l'information | Pratiquer l'édition multisupports (3 jours) | Les fondements du SR (5 jours) | InDesign - niveau 1 (5 jours) | Datavisualisation : la boîte à outils (3 jours) | Réaliser un diaporama (4 jours) | Produire des stories (1 jour) | Rédiger sans fautes (2 jours) - Améliorer son rewriting (3 jours) | Droit de l'image (1 jour).

**BLOC 5** Proposition et présentation des sujets | Proposer ses sujets (3 jours).

### MODULE 1 | 4 heures

#### Introduction à la formation

- Classe vidéo.
- E-ressources.
- Social learning : mise en place de la communauté.

### MODULE 2 | 3 jours

#### S'initier au journalisme

- Connaître le rôle et la place du journaliste dans la société.
- Comprendre le fonctionnement d'une rédaction.
- Découvrir la boîte à outils du journaliste.

### MODULE 3 | 2 jours

#### Gagner en agilité numérique

- Protéger ses données et ses sources.
- Maîtriser sa navigation sur Internet.
- Outils et bonnes pratiques à acquérir.

### MODULE 4 | 2 jours

#### Connaître les sources d'information des journalistes

- Gérer les relations avec ses sources.
- Vérifier ses sources et croiser les informations.
- Intégrer la déontologie dans la collecte d'informations.

### MODULE 5 | 1 jour

#### Réussir sa prise de notes

- Se préparer à la prise de notes.
- Exploiter ses notes.
- Des questions sur la prise de notes.

### MODULE 6 | 2 jours

#### Veille et recherche d'informations sur Internet

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu web pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

### MODULE 7 | 2 jours

#### Pratiquer Twitter et Facebook

- Utiliser Facebook.
- Utiliser Twitter.
- Les outils complémentaires à connaître.

### MODULE 8 | 1 jour

#### Vérifier les informations issues du web

- Contextualiser et recouper l'information.
- Authentifier une image, une vidéo issues du web.
- Repérer les fakes news.

### MODULE 9 | 10 jours

#### Écrire pour être lu

- Maîtriser le message essentiel.
- Déterminer un angle.
- Trouver et vérifier ses informations.
- Structurer son article.

### MODULE 10 | 4 jours

#### Réussir son reportage (1)

- Préparer un reportage.
- Intégrer les spécificités de l'écriture reportage.
- Réaliser un reportage d'actualité.

### MODULE 11 | 4 jours

#### Réussir son interview

- Élaborer son questionnaire.
- Conduire l'interview.
- L'écriture de l'interview.

### MODULE 12 | 1 jour

#### Éthique et déontologie

- Intégrer la déontologie dans sa pratique professionnelle.

### MODULE 13 | 2 jours

#### Rédiger pour le web

- S'initier aux différents types d'écriture pour le web.
- Travailler la lisibilité d'un texte web.
- Optimiser son article pour la diffusion.

### MODULE 14 | 3 jours

#### Pratiquer l'édition multisupport

- Appliquer les principes du référencement.
- Intégrer les particularités de l'info digitale dans ses titres.
- Décliner l'édition pour les différents canaux de diffusion.

### MODULE 15 | 2 jours

#### Trouver des angles print et web

- L'angle, une notion journalistique essentielle.
- Acquérir une démarche générale de recherche d'angles.

### MODULE 16 | 2 jours

#### Droit de la presse

- La diffamation et les injures.
- Le droit au respect de la vie privée.
- La présomption d'innocence.

### MODULE 17 | 1 jour

#### Produire des stories

- Comprendre la montée en puissance du format stories.
- Produire une story.
- Promouvoir et archiver ses stories.

### MODULE 18 | 5 jours

#### Validation des acquis

### MODULE 19 | 5 jours

#### Les fondements du SR

- Maîtriser les techniques de relecture de la copie.
- Réécrire un papier.
- Mettre en scène l'information.

### MODULE 20 | 5 jours

#### Les bases de la photo de presse

- Maîtriser les fonctions de son appareil.

- Partir en reportage.
- Gagner en aisance dans sa prise de vue.

#### MODULE 21 | 1 JOUR

### Réussir son reportage

- Mettre en scène l'information.
- Articuler les éléments rédactionnels.
- Faire le lien avec les supports numériques.

#### MODULE 22 | 5 JOURS

### InDesign niveau 1

- L'interface, le document.
- Les objets, les attributs graphiques.
- Le texte, les images, les tableaux.

#### MODULE 23 | 5 JOURS

### Journal école

#### MODULE 24 | 3 JOURS

### Datavisualisation : la boîte à outils

- Réaliser une carte interactive, une infographie, une image interactive, une frise chronologique interactive.

#### MODULE 25 | 2 JOURS

### Réaliser un diaporama (1)

- Découvrir le format diaporama.
- Choisir le matériel de prise de son.
- Préparer le son.

#### MODULE 26 | 2 JOURS

### Réaliser un diaporama (2)

- Définir le diaporama multimédia.
- Maîtriser les outils de conception d'un diaporama.
- Créer son diaporama.

#### MODULE 27 | 2 JOURS

### Filmer avec son smartphone

- Filmer sur le terrain.
- Réaliser un montage efficace.
- Mettre en ligne sa vidéo.

#### MODULE 28 | 1 JOUR

### Le droit de l'image

- L'image et le droit au respect de la vie privée.
- Captation et liberté d'expression.

#### MODULE 29 | 2 JOURS

### Rédiger sans faute

- Déjouer les pièges de la langue française.

- Appliquer les règles typographiques.

#### MODULE 30 | 3 JOURS

### Améliorer son rewriting

- Réécrire un article.
- Conserver un style rédactionnel.
- Restructurer un article.

#### MODULE 31 | 5 JOURS

### Mener une enquête

- Caractéristiques et typologie de l'enquête.
- Lier des relations avec ses sources.
- Enquête et déontologie.

#### MODULE 32 | 5 JOURS

### Concevoir un reportage vidéo pour le web

- La place de l'image sur Internet.
- Le reportage pour le web.
- Réussir la préparation du reportage.

#### MODULE 33 | 3 JOURS

### Proposer ses sujets

- Rédiger un synopsis pour vendre ses sujets.
- Vendre son angle en conférence de rédaction.
- Être pigiste.

#### MODULE 34 | 5 JOURS

### Blog-école

- Mise en situation réelle : travail sur le terrain pour alimenter un journal print et un site web.

#### MODULE 35 | 2 JOURS

### Évaluation finale

- Présentation de vos travaux journalistiques devant le jury professionnel.

#### MODULE 36 | 1 JOUR

### Soutenance devant le jury

- Présentation d'un travail d'analyse d'une stratégie communautaire de média.

#### MODULE 37 | 4 SEMAINES

- Stage en rédaction

#### MODULE 38 | 1 HEURE

### Classe virtuelle, retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place
- Analyse des difficultés.

#### INITIATION

Code : 43127

104 jours | 868 h

Prix HT : 14845 €

#### OBJECTIFS

Acquérir les compétences journalistiques nécessaires pour produire du contenu sur plusieurs supports. Appliquer une méthodologie rigoureuse au traitement de l'information. Mettre en œuvre une déontologie dans toute sa démarche journalistique.

#### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la publication d'une information.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne envisageant une reconversion professionnelle en vue d'intégrer une rédaction.

CODE DOKELIO : 024266

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, rencontres, ombreux travaux pratiques et de mises en situation.

#### ÉVALUATION

Quiz amont/aval de la formation. Nombreux exercices intermédiaires pendant la formation pour assurer les acquis et la progression.

Évaluation sommative : partiels en milieu de formation et passage devant un jury en fin de formation en vue d'obtenir le titre RNCP «Journaliste».

Évaluation à froid : trois mois après la formation, échanges avec le formateur pour mesurer les applications des acquis de la formation en situation de travail.

#### AMBASSEUR



### Valérie Parlan Journaliste

Comment raconter et transmettre un métier ?  
Comment l'apprendre ?  
Comment l'aimer ?  
Comment passer de la passion, à la vocation et à la professionnalisation, de l'idéal au réel, du rêve au factuel ?  
Comment allier savoir-faire et savoir-être ? Parce que ce métier, exigeant, exaltant, contraignant, bouillonnant ne s'apprend pas comme 1 + 1 = 2 ! Pas une science exacte, pas du noir, pas du blanc mais beaucoup de gris, de nuances, de remises en question, de doutes, d'envies. La formation Devenir journaliste, c'est le début de tout cela.

*Credit-photo : SP*

#### SESSIONS

#### Session

Classe à distance d'ouverture le 03/10/2019

Jury le 30/3/2020

Stage du 31/3 au 24/4/2020

Consultez notre site Internet pour voir l'ensemble des dates.

#### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Chargé(e) de communication et de relations presse



**BLOC 1** Décliner un plan de communication et de relations presse | Module 1 : Définir son plan de communication et de relations presse (3 jours) | Module 2 : Définir sa communication avec les médias (2 jours)

**BLOC 2** Organiser et gérer des actions de communication interne, de communication externe et de relations de presse | Module 4 : Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication (3 jours) | Module 5 : Les fondamentaux du community management (2 jours)

**BLOC 3** Concevoir des supports de communication interne, externe et de relations de presse | Module 7 : Écriture journalistique (3 jours) | Module 8 : Optimiser ses relations avec les médias (2 jours) | Module 9 : Maîtriser les fondamentaux du droit de la presse et des médias (1 jour) | Module 11 : Écrire pour le web (3 jours) | Module 12 : Picture marketing : mettre en scène ses supports de communication (3 jours) | Module 13 : Maîtriser les techniques de la relecture et de la correction (2 jours)

**BLOC 4** Conseiller les acteurs internes | Module 10 : Communication de crise (2 jours) | Module 15 : Devenir un prestataire en communication (2 jours)

**BLOC 5** Évaluer des actions de communication et de relations de presse | Module 6 : Exploiter et optimiser les résultats ses actions digitales, communication et relations presse (1 jour) | Module 14 : Piloter la performance de sa communication (2 jours)

**BLOC 6** Constituer ou développer son réseau et ses connaissances professionnelles | Module 3 : Développer et entretenir son réseau (1 jour)

### MODULE 1

#### Définir son plan de communication et de relations presse (3 jours)

- Stratégie de communication et plan de communication.
- Définir un plan de communication et de relations presse.

### MODULE 2

#### Définir sa communication avec les médias (2 jours)

- Concevoir une stratégie de communication avec les médias traditionnels et les médias du web.
- Gérer ses relations avec les journalistes traditionnels et les journalistes web.
- Intégrer le numérique dans sa stratégie de relations presse.
- Choisir le bon outil.

### MODULE 3

#### Développer et entretenir son réseau (1 jour)

- Développer son réseau professionnel
- Développer, gérer et entretenir un fichier presse.
- Identifier et créer des partenariats avec les influenceurs.
- Pratiquer une veille efficace.

### MODULE 4

#### Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication (3 jours)

- Préparer les évaluations des actions de communication.
- Mettre en place son plan de communication : les 7 dernières étapes.
- Travailler avec des prestataires internes et externes.

### MODULE 5

#### Les fondamentaux du community management (2 jours)

- Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux.
- Définir sa stratégie communautaire.
- Construire et développer sa communauté.
- Animer sa communauté sur Internet, améliorer sa cohésion.

### MODULE 6

#### Exploiter et optimiser les résultats ses actions digitales, communication et relations presse (1 jour)

- Comprendre l'intérêt de mesurer ses actions.
- Interpréter le succès sur les réseaux sociaux.
- Mettre en œuvre des outils de reporting.

### MODULE 7

#### Écriture journalistique (3 jours)

- Écrire pour son lecteur.
- Élaborer un angle.
- Donner de l'information.
- Construire un article.
- Utiliser la titraillle.
- Maîtriser la structure des phrases.

### MODULE 8

#### Optimiser ses relations avec les médias (2 jours)

- Rédiger de meilleurs communiqués de presse.
- Construire un dossier de presse efficace.
- Mode d'emploi des relations presse sur les réseaux sociaux.
- Des relations presse adaptés aux plateformes communautaires.
- Évaluer les retombées de ses actions.

### MODULE 9

#### Maîtriser les fondamentaux du droit de la presse et des médias (1 jour)

- Une liberté, trois sphères de droits et deux risques à évaluer.
- La responsabilité et la mise en ligne de contenus.
- Les «abus» sur le web et les réseaux sociaux.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Les droits d'auteur.

### MODULE 10

#### Communication de crise (2 jours)

- Savoir reconnaître la crise.
- Identifier les bons réflexes pendant la crise.
- Travailler son image post crise.
- Se préparer aux crises à venir pour en atténuer l'impact pour l'organisation.

### MODULE 11

#### Écrire pour le web (3 jours)

- Maîtriser les techniques d'écriture efficaces pour un site web.
- Écrire pour optimiser son référencement naturel.
- Enrichir son contenu avec des éléments multimédias.

### MODULE 12

#### Picture marketing : mettre en scène ses supports de communication (3 jours)

- Déterminer le support selon ses objectifs.
- Intégrer l'image dans ses campagnes.
- Rédiger un brief pour des commandes : photo, vidéos.
- Intégrer des infographies statiques et dynamiques.
- Comprendre l'environnement de la PAO.

## MODULE 13

### Maîtriser les techniques de la relecture et de la correction (2 jours)

- Respecter le code typographique.
- Améliorer la qualité rédactionnelle.
- Maîtriser les usages typographiques pour la mise en pages.
- Créer sa boîte à outils.

## MODULE 14

### Piloter la performance de sa communication (2 jours)

- Faire de l'évaluation une démarche à valeur ajoutée.
- Choisir les méthodes d'évaluation adaptées.
- Concevoir un tableau de bord pertinent.
- Piloter l'évaluation des différents domaines de communication.

## MODULE 15

### Devenir un prestataire en communication (2 jours)

- Adopter une posture de conseil, d'expert.
- Qualifier un besoin de communication, de conseil.
- Accompagner les équipes internes.

## INITIATION

Code : 38082

- 🕒 32,5 jours | 226 heures
- 💰 Prix HT : 12000 €

### OBJECTIFS

Transposer un plan de communication en actions. Définir sa communication avec les médias. Intégrer une stratégie communautaire. Gérer son projet de communication et de relations presse.

### PRÉREQUIS

Avoir 2 ans d'expérience professionnelle.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant accéder à la fonction de chargé(e) de communication et de relations presse, valider ses acquis et monter en compétences

Code **DOKÉLIO** : 040279

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Nombreux exercices pratiques.

### BLENDÉ ou

### ÉVALUATION

Mémoire professionnel. Le sujet est choisi par le candidat et validé par le formateur référent qui s'assure que toutes les compétences du référentiel seront bien mises en œuvre. Le mémoire professionnel est constitué d'un dossier comprenant : la description du contexte pour resituer les actions de communication dans la stratégie globale de l'entreprise, la présentation de toutes les opérations de communication au travers des fiches actions qui déclinent les objectifs, le planning de l'action, les moyens mobilisés, le budget, les documents produits, les prestataires, etc, les documents de communication avec les relations presse : communiqués de presse, dossier de presse... le suivi des actions : tableaux de bord, reporting... l'évaluation des actions et le descriptif des actions correctrices mises en place. La Soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, du responsable pédagogique et d'un professionnel extérieur.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com. Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Du 9 au 11/01/2019  
puis du 6 au 8/02/2019  
puis du 18 au 20/03/2019  
classe virtuelle le 27/03/2019  
puis du 10 au 12/04/2019  
puis du 24 au 26/04/2019  
puis du 13 au 15/05/2019  
puis les 4-5/06/2019  
puis du 1 au 3/07/2019  
puis du 24 au 26/07/2019  
puis les 9-10/09/2019  
puis les 14-15/10/2019  
puis les 20-21/11/2019  
jury le 22/11/2019  
retour d'expérience le 28/02/2020

#### Session 2

Du 23 au 25/09/2019  
puis du 21 au 23/10/2019  
puis du 18 au 20/11/2019  
classe virtuelle le 29/11/2019  
puis du 16 au 18/12/2019  
puis du 20 au 22/01/2020  
puis du 17 au 19/02/2020  
puis les 19-20/03/2020  
puis du 20 au 22/04/2020  
puis du 18 au 20/05/2020  
puis les 18-19/06/2020  
puis les 16-17/07/2020  
puis les 14-15/09/2020  
jury le 16/09/2020  
retour d'expérience le 18/12/2020

### CLASSES VIRTUELLES

- \* classe virtuelle pour le mémoire d'1 de 14h30 à 15h30 (convocation à 14h)
- \*\* classe virtuelle pour les retours d'expérience d'1h30 de 11h à 12h30 (convocation à 10h30)

### DIPLÔME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant à la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « chargé(e) de communication et de relations presse », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation, au mémoire professionnel et à la soutenance.

## AMBASSADEUR



### Yonnel Poivre-Le Lohé Consultant et formateur en communication

Le chargé de communication et de relations presse est la cheville ouvrière de la communication d'un annonceur. Pour réussir, polyvalence et connaissance des outils sont de mise. Mais elles ne suffisent pas : penser chaque action stratégiquement, au sein d'un ensemble cohérent, voilà ce qui fera votre réussite !

*Credit photo : Yann Manac'h*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# FORMATIONS CERTIFIANTES

## SOMMAIRE

Assistant(e) de communication	page 43
Chargé(e) de communication	page 44
Responsable de communication	page 46
Community Manager	page 48
Social Media Manager	page 50
Chief digital officer	page 52
Brand Manager	page 54
Chef(e) de projet digital	page 56
Journaliste d'entreprise print & web	page 58
Secrétaire de rédaction print & web	page 60

### BESOIN DE RENSEIGNEMENTS ?



**Chargée d'orientation  
Communication**

Bénédicte Noire  
bnoire@cfpj.com  
01 73 00 11 79



# Assistant(e) de communication

Acquérir un réel savoir-faire dans le suivi des actions de communication.

## MODULE 1

### Classe virtuelle d'introduction à la formation

- Présentation de la formation.
- Déroulement de l'évaluation.

## MODULE 2

### Définir le rôle de l'assistant de communication

- Mesurer l'utilité de l'assistant de communication.
- Intégrer les outils de l'assistant.

## MODULE 3

### Améliorer sa prise de notes et son efficacité à l'écrit

- Les règles de la prise de notes.
- La prise de rendez-vous.
- La stratégie d'approche du dossier.

## MODULE 4

### Réaliser des revues de presse

#### La pertinence des revues de presse

- Les critères de choix des supports.

#### L'exploitation des revues de presse

## MODULE 5

### Gérer son temps et son stress

- Optimiser l'utilisation du temps.
- Les "mangeurs" de temps.
- Gérer son stress.

## MODULE 6

### Comprendre comment travaillent les journalistes

- Connaître les besoins de la presse et les attentes des journalistes.
- Comment être un relais efficace.

#### Examen

## MODULE 7

### Examen

- Examen de la certification.
- « Certificat Voltaire », le Projet Voltaire est un service en ligne de remise à niveau en orthographe permettant de s'entraîner sur toutes les difficultés abordées par le Certificat Voltaire (examen de 3 heures, présentiel).

### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.

## INITIATION

Code : 38032

7,5 jours | 50 heures

Prix HT : 2755 €

## OBJECTIFS

Maîtriser la prise de notes et les techniques de base de l'écriture informative. Réaliser des revues de presse et des synthèses. Gérer son temps et son travail. Connaître les besoins et les attentes des journalistes.

**PRÉREQUIS** Aucun

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désirant intégrer un service communication ou l'ayant intégré depuis peu.

**Code DOKÉLIO** : 024238

**Code Copanef** : 221605

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : exp- positive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative.

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com. Frais de dossier : 49 €

En partenariat avec



## SESSIONS

### Session 1

Classe virtuelle le 10 mai 2019  
du 13 au 17 mai 2019  
retour d'expérience le 26 août 2019

### Session 2

Classe virtuelle le 15 novembre 2019  
du 18 au 22 novembre 2019  
retour d'expérience le 21 février 2020



### Virginie Lanio Consultante en communication

L'assistant(e) de communication est souvent multitâches, multi casquettes, sous pression, il ou elle doit faire face aux nombreuses demandes de sa hiérarchie et de l'équipe de communication. Rigueur et méthode sont ses mots clés. Grâce à vous, il n'y a pas un grain de sable dans les rouages. On compte sur vous. Alors, mettez en valeur vos compétences ! Organisation, anticipation, rédaction, communication, c'est vous, le véritable bras droit du responsable de com' !

Crédit photo : Philippe Caumes

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# Chargé(e) de communication

Acquérir les techniques et les meilleures pratiques pour mettre en œuvre la politique de communication.

## MODULE 1

### Préparer et réussir ses actions de communication : les fondamentaux

#### Mettre en place un plan d'action : les 6 premières étapes

- Savoir analyser une commande.
- Réaliser un audit de la communication et une analyse du contexte.
- Poser un diagnostic.
- Bien formuler sa problématique.
- Définir son objectif général.
- Choisir des cibles pertinentes.

#### Réussir sa prise de parole

- Avant, préparer la forme et le fond.
- Pendant, augmenter sa capacité à intéresser les écoutants.
- Après, mettre en place une analyse pour progresser.

#### Maîtriser ses

#### communications écrites

- Maîtriser les techniques d'écriture informative : message essentiel, structuration, angles, titre, style.
- Choisir son vocabulaire : chasser les formules creuses et les redondances.
- Faciliter la lecture.
- Optimiser l'interactivité.

## MODULE 2

### Éditer ses publications

#### Se former aux fondamentaux du secrétariat de rédaction

- Respecter les règles de mise en pages.
- Cerner le fonctionnement de l'œil.

#### Relire et corriger un papier

- Choisir et mettre en forme des articles.
- Simplifier les phrases, le vocabulaire.
- Raccourcir le texte sans le dénaturer.
- L'ABC du code typographique.

#### Illustrer et titrer

- Soigner les photos et les encadrés.

- Trouver le bon équilibre dans la page.
- Les titres et légendes.
- Organiser l'interactivité avec les lecteurs.

## MODULE 3

### Développer de bonnes relations avec les médias

#### Intégrer les règles de la communication avec les médias

- Connaître l'univers des médias et leurs spécificités.
- Identifier les attentes et les méthodes de travail des journalistes.
- Créer un réseau de correspondants, le gérer.

#### Rédiger de meilleurs communiqués de presse

- Intégrer les règles incontournables.
- Identifier les nouvelles exigences.

#### Construire un dossier de presse efficace

- Se poser les bonnes questions.
- Éviter les fautes impardonnables.

#### Intégrer les fondamentaux du droit de la presse et de l'image

- Les limites de la liberté d'expression.
- L'exercice du droit de réponse.
- Les droits d'auteur, le droit à l'image.

## MODULE 4

### Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication

#### Préparer les évaluations des actions de communication

- Mettre en place des outils de contrôle et créer des indicateurs.
- Réaliser des reportings, les présenter à sa hiérarchie ou aux autres services.

### Mettre en place son plan de communication : les 7 dernières étapes

- Définir son objectif par cible : la méthode du SMART.
- Ajuster son message par cible.
- Décliner les outils / actions par cible.
- Réaliser les fiches action.
- Mettre en place son rétroplanning.
- Affiner son budget.
- Choisir ses outils d'évaluation en fonction de son objectif.

### Travailler avec des prestataires internes et externes

- Sélectionner ses prestataires externes.
- Choisir ses fournisseurs, contrôler leur réalisation.
- Travailler en équipe, faire la liaison entre les différents acteurs.
- Suivre une planification, établir un budget.
- Lire et suivre un brief.

## MODULE 5

### Écrire pour le web

#### La rédaction web

- De l'écriture journalistique à l'écriture web.
- Définir la rédaction web et ses enjeux.
- L'infobésité au cœur d'Internet.
- Les supports de rédaction : du site web / blog aux réseaux sociaux.

#### Le contenu est roi

- Le contenu : la base de la visibilité sur Internet.
- Maîtriser la structure d'un contenu adapté au web.
- Les nouvelles tendances de la rédaction web.
- Créer une stratégie de contenu.

#### Fondamentaux du SEO

- Connaître les principaux algorithmes de Google.
- Comment Google interprète-t-il le contenu ?
- Maîtriser les fondamentaux du

référencement naturel / SEO.

- Adapter son contenu aux réseaux sociaux et à ses différentes cibles.
- Analyser la portée du contenu au travers des réseaux sociaux Facebook, Twitter et LinkedIn.
- Analyser son positionnement sur le web.

### Écrire et adapter des articles existants

- Structurer et optimiser ses articles : cas pratiques.
- Concevoir son maillage interne et ses liens sortants.
- Décliner les différents types de publications : contenu de fond, snacking content, brève, interview, reportage.
- Adapter son contenu aux multiples devices et écrans : Smartphone, tablette, desktop...
- Enrichir et diversifier son contenu : infographies, photos, vidéos, son...

### Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web

- Construction d'un site web : les pages et les articles.
- Structure et arborescence des contenus sur un site web.
- Les outils et plugins indispensables.
- Rédaction d'un article optimisé sur WordPress : exercice.
- Rédiger une charte éditoriale.

### Préparation de la certification : classe virtuelle

- Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## MODULE 6

### Les fondamentaux du community management

#### Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux

- Savoir ce qu'est-ce qu'une communauté et à quoi elle sert.

- Déterminer les impacts du web social sur l'identité individuelle, sur la relation marque-consommateurs, sur l'image des marques.
- Mesurer l'importance des communautés sur le web.
- Identifier les nouvelles tendances introduites par le web collaboratif.

#### Définir sa stratégie communautaire

- Créer sa communauté ou profiter des communautés existantes.
- Déterminer quels types de relations développer.
- Piloter son image au sein des communautés.
- Profiter du potentiel démultiplicateur des communautés.
- Optimiser ses investissements online grâce aux communautés.

#### Construire et développer sa communauté

- Planifier les étapes de sa création.
- Définir les valeurs de sa communauté.
- Impliquer ses collègues : les enjeux.

#### Animer sa communauté sur Internet, améliorer sa cohésion

- Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
- Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté.
- Faire des membres existants des relais d'information.
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences et relancer la discussion.
- Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements.

### MODULE 7

#### Communication de crise

##### Savoir reconnaître la crise

- Du risque à la crise.
- Mettre des mots sur les enjeux.

##### Identifier les bons réflexes pendant la crise

- Les outils de base de la gestion de crise.
- La prise de parole pertinente et audible.
- La gestion de sa communication numérique.

#### Travailler son image post crise

- En interne.
- En externe.

#### Se préparer aux crises à venir pour en atténuer l'impact pour l'organisation

- Préparer une base d'outils.
- Mettre en place ses relations publiques de crise.

#### Évaluation

- Soutenance devant un jury professionnel.
- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFRJ et d'un professionnel extérieur.
- Auto-évaluation : Quiz à réaliser sur votre espace "AD Place".

#### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.

### APPROFONDISSEMENT

Code : 38031

🕒 21.5 jours | 149 heures

💰 Prix HT : 8120 €

#### OBJECTIFS

Préparer et réussir ses actions de communication.

Écrire et éditer pour le papier et le web.

Développer ses relations médias  
Travailler avec des prestataires et évaluer des actions de communication.

Gérer une crise.

#### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

Connexion Internet, oreillettes/casques micro, webcam.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction chargé(e) de communication ou souhaitant élargir ses compétences métier.

Code DOKÉLIO : 11271

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

#### BLENDED oui

#### ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative. Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

#### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com. Frais de dossier : 49 €

#### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

### SESSIONS

#### Session 1

Du 28 au 30 janvier 2019

du 25 au 27 février 2019

du 27 au 29 mars 2019

du 24 au 26 avril 2019

du 27 au 29 mai 2019

classe virtuelle le 7 juin 2019

du 19 au 21 juin 2019

les 22 et 23 juillet 2019

le 24 juillet 2019

retour d'expérience le 2 novembre 2019

#### Session 2

Du 4 au 6 mars 2019

du 8 au 10 avril 2019

du 13 au 15 mai 2019

du 11 au 13 juin 2019

du 15 au 17 juillet 2019

classe virtuelle le 31 juillet 2019

du 21 au 23 août 2019

les 18 et 19 septembre 2019

le 20 septembre 2019

retour d'expérience le 20 décembre 2019

#### Session 3

Du 4 au 6 septembre 2019

du 2 au 4 octobre 2019

du 4 au 6 novembre 2019

du 9 au 11 décembre 2019

du 13 au 15 janvier 2020

classe virtuelle le 31 janvier 2020

du 12 au 14 février 2020

les 16 et 17 mars 2020

le 18 mars 2020

retour d'expérience le 19 juin 2020



### Anne-Sophie Brousseau

Conseil en communication institutionnelle, de crise et d'influence

Le chargé(e) de communication, c'est la perle rare ! Un mélange de compétences opérationnelles et souvent techniques : écrit, édition, digital, prise de parole ou encore relations médias et organisation d'événement. Cette formation permet aussi de prendre du recul pour savoir réaliser un plan de communication efficace et pertinent.

Crédit photo : DR



# Responsable de communication

Concevoir et piloter une stratégie de communication.

## MODULE 1

### Du diagnostic à l'élaboration de la stratégie

#### Identifier les enjeux de la communication

- Identifier les grands domaines de la communication.
- Connaître les dix tendances actuelles de la communication d'entreprise.
- Connaître la fonction, le rôle, les missions et les qualités du responsable communication.
- Comprendre le rôle de la communication dans les périodes de changement.
- Positionner la fonction communication au sein d'une organisation.

#### Mener un audit des dispositifs de communication

- Explorer sa culture d'entreprise et identifier ses valeurs.
- Établir l'inventaire critique de ses moyens de communication.
- Faire le bilan de ses actions par cibles.
- Évaluer sa notoriété, son image et sa réputation.
- Auditer l'organisation de sa communication.
- Évaluer ses supports de communication.
- Savoir piloter des enquêtes qualitatives et quantitatives.

#### Concevoir une stratégie de communication

- Acquérir une méthodologie pour concevoir sa stratégie.
- Connaître les différentes stratégies de communication.
- Identifier le contexte et les enjeux de l'entreprise.
- Choisir un positionnement et un territoire d'image voulue clair, crédible et différenciant.
- Formaliser son discours de "marque entreprise".
- Définir les axes de sa stratégie de communication.

- Établir la cartographie de ses publics-cibles.

## MODULE 2

### Plan de communication

#### Comprendre la logique du plan de communication

- Identifier les enjeux de la planification de la communication.
- Connaître les différentes approches et les différents types de plan de communication.
- Connaître les principales erreurs du plan de communication.
- Mettre en œuvre une démarche d'élaboration collaborative.

#### Concevoir un plan de communication

- Identifier, segmenter, qualifier et hiérarchiser ses publics cibles.
- Définir des objectifs de communication opérationnels.
- Lister les thèmes et les messages de communication.
- Élaborer ses budgets.
- Choisir les moyens adaptés aux objectifs/cibles/budgets.
- Planifier ses actions.
- Formaliser, rédiger et diffuser son plan de communication.

#### Piloter son plan et ses actions de communication

- Définir ses indicateurs de pilotage.
- Définir des indicateurs de résultats.
- Concevoir un tableau de bord.
- Déterminer les fréquences de relevé.
- Savoir interpréter les données pour prendre les bonnes décisions.
- Mettre en place un groupe de pilotage.

## MODULE 3

### Maîtriser les grands moyens de communication

#### Maîtriser les outils de communication interne

- Connaître les tendances et les

grands outils de la communication interne.

- Piloter un journal interne : choisir un positionnement, définir une ligne éditoriale, angler ses articles, définir le process de conception.
- Animer une équipe éditoriale, un comité de rédaction, un réseau de correspondants.
- Savoir optimiser son intranet.
- Développer le mode collaboratif avec les réseaux internes.
- Mettre en œuvre des dispositifs d'écoute.
- Connaître les spécificités de la communication managériale.

#### Maîtriser les moyens de communication externe

- Utiliser le sponsoring, le parrainage et le mécénat pour développer sa notoriété et valoriser son image.
- Développer sa communication événementielle.
- Optimiser ses relations publiques et sa communication de proximité.
- Connaître les spécificités des grands médias : télévision, radio, presse, affichage, web.
- Comprendre la logique du plan média.

#### Communiquer avec les médias

- Décrypter le fonctionnement de la presse.
- Identifier les attentes et les contraintes des journalistes.
- Maîtriser les outils : conférence de presse, interview, communiqué et dossier de presse.
- Comprendre les nouveaux médias, l'outil web.
- Connaître les limites de la liberté d'expression et le droit de réponse.
- Savoir-faire de l'analyse de presse.

#### Classe virtuelle : préparation à la soutenance

- Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## MODULE 4

### La stratégie web en communication

#### Intégrer le web dans sa stratégie de communication

- Identifier les différentes cibles du web : presse, grand public, professionnels.
- Proposer des objectifs stratégiques de communication.
- Définir les outils de communication à mettre en œuvre : blogs, wikis, microblogging.
- Piloter ses actions de communication sur le net et mettre en place des outils de gestion.

#### Développer une stratégie d'intégration des réseaux sociaux dans sa communication

- Mesurer l'intérêt et les spécificités de chaque réseau social : Facebook, Twitter, LinkedIn.
- Faire du buzz : communiquer autour de sa marque, de son entreprise.
- Animer ses réseaux sociaux.
- Mesurer l'efficacité des réseaux sociaux.

#### Exploiter l'outil web

- Analyser les spécificités de l'écrit web.
- Découvrir les dispositifs multimédias.
- Développer l'interactivité d'un site.
- Connaître les contraintes techniques.

## MODULE 5

### La communication de crise, sensible et de changement

#### Identifier les caractéristiques des situations de crise

- Différencier les situations de crise des situations sensibles et de changement.
- Évaluer les enjeux de la crise.
- Identifier les mécanismes des

situations de crise.

- Mesurer les risques des nouvelles crises : cybercrises, rumeurs, "logobusting".

#### Anticiper la communication de crise

- Préparer des scénarios de crise.
- Concevoir des dispositifs de communication de crise.
- Sensibiliser les publics internes et impliquer les managers.
- Détecter les signes annonciateurs de la crise.
- Se préparer à la communication de crise.
- Faire l'autodiagnostic de son dispositif de crise.

#### Gérer la communication de crise

- Évaluer la crise : impact, gravité et potentiel d'exposition médiatique.
- Choisir une stratégie de communication de crise en fonction du diagnostic, des interlocuteurs et des enjeux.
- Mobiliser l'organisation et les hommes.
- Contrôler la situation au cours de la crise, éviter les débordements, occuper le terrain.
- Communiquer avec les médias : répondre aux cinq questions clés.
- Évaluer les incidences de la crise.

#### Communiquer en période de changement

- Identifier les différents types de changement : réorganisation, rachat-fusion, déménagement, nouvelle politique RH, etc.
- Identifier les phénomènes de résistance et les risques de tension.
- Mettre en œuvre une stratégie de communication spécifique.
- Définir ses positions et ses éléments de langage.
- Planifier ses actions de communication en fonction des phases du changement.
- Occuper le terrain et communiquer sur des faits.

### MODULE 6

#### Prendre sa fonction de responsable de communication

##### Faire le marketing de sa fonction et de ses services

- Bien positionner sa fonction et ses missions.
- Définir, formaliser et diffuser son offre de service.
- Adopter les réflexes professionnels : écouter, qualifier et répondre aux besoins de communication de ses commanditaires.
- Proposer des solutions à valeur ajoutée.
- Présenter, défendre et négocier un projet de communication.

##### Piloter des projets et des prestataires de communication

- Comprendre le fonctionnement des agences et leur vocabulaire.
- Concevoir et rédiger des cahiers des charges clairs et engagés.
- Savoir sélectionner des agences et les briefer.
- Connaître les clés pour évaluer objectivement des propositions d'agence.
- Établir des règles de collaboration efficaces avec ses prestataires.

##### Acquérir les bons réflexes du responsable de communication

- Développer un comportement assertif et savoir dire non.
- Évaluer rapidement la faisabilité d'un projet ou d'une demande.
- Connaître le cadre juridique du responsable de communication.
- Passer du responsable communication à la communication responsable et éthique.

##### Évaluation : soutenance devant un jury professionnel.

##### Classe virtuelle retour d'expérience

### PERFECTIONNEMENT

Code : 38030

19.5 jours | 135 heures

Prix HT : 7245 €

#### OBJECTIFS

Acquérir un réel savoir-faire opérationnel dans le pilotage de la communication corporate.

Auditer et concevoir une stratégie de communication.

Bâtir, mettre en œuvre un plan de communication et en évaluer les résultats.

Maîtriser les outils et piloter toutes les formes de communication.

#### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

Avoir déjà exercé la fonction de chargé ou responsable de communication.

Connexion Internet, oreillettes/casques micro, webcam.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction de responsable de communication ou souhaitant élargir ses compétences sur ce métier.

Code DOKÉLIO : 011269

Code Inventaire : 2845

LNI : 220012

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

Une approche méthodologique et outillée du métier de responsable de communication. Le formateur référent coordonne les différents modules et assure le suivi individuel des participants.

#### BLENDED

oui

#### ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative.

#### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com  
Frais de dossier : 49 €

### SESSIONS

#### Session 1

Du 11 au 13 février 2019  
du 20 au 22 mars 2019  
du 17 au 19 avril 2019  
du 20 au 22 mai 2019  
classe virtuelle le 7 juin 2019  
du 17 au 19 juin 2019  
du 16 au 19 juillet 2019  
retour d'expérience le 20 septembre 2019

#### Session 2

Du 28 au 30 août 2019  
du 23 au 25 septembre 2019  
du 23 au 25 octobre 2019  
du 20 au 22 novembre 2019  
classe virtuelle le 4 décembre 2019  
du 18 au 20 décembre 2019  
du 20 au 23 janvier 2020  
retour d'expérience le 24 avril 2020

#### Session 3

Du 6 au 8 novembre 2019  
du 4 au 6 décembre 2019  
du 6 au 8 janvier 2020  
du 10 au 12 février 2020  
classe virtuelle le 26 février 2020  
du 9 au 11 mars 2020  
du 8 au 11 avril 2020  
retour d'expérience le 12 juillet 2020



**Paul Coquerel**  
Consultant en communication d'entreprise, Agence Isali – Audit, conseil et formation

Être responsable de communication est un vrai métier ! Exigent, sérieux et passionnant, mobilisant des compétences pointues. C'est pourquoi il est indispensable de bien se former pour acquérir toutes les méthodes afin de concevoir une stratégie pertinente, piloter un plan de communication efficace et tirer le meilleur parti du digital.

*Crédit photo : Paul Coquerel*

#### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# Community manager

Créer et gérer une communauté web.

**Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances**

**Classe virtuelle : introduction à la formation**

- Se rencontrer.
- Présentation de la formation.
- Les attentes : les vôtres, les nôtres.
- Déroulement de l'évaluation.

## MODULE 1

**Créer et animer sa communauté**

**Identifier le rôle et les missions du community manager**

- Positionner le rôle du community manager au sein de l'entreprise et décrire les différentes missions.
- Identifier les différents domaines d'intervention : interne et externe.

**Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux**

- Comprendre ce qu'est une communauté.
- Déterminer les impacts du web social sur la relation marque-consommateurs, sur l'image des marques.
- Mesurer l'importance des communautés sur le web.
- Identifier les nouvelles tendances introduites par le web collaboratif.

**Identifier les lieux numériques influents**

- Les réseaux sociaux, nouveaux territoires de socialisation.
- Trouver les nouveaux relais d'opinion et les influenceurs : blogs et microblogging.
- Typologies et fonctionnement des réseaux.

## MODULE 2

**Mettre en place une stratégie communautaire**

**Définir sa stratégie communautaire**

- Écouter sa communauté : mettre en place une veille active.
- Créer sa communauté ou profiter des communautés existantes.
- Définir ses objectifs.
- Choisir les médias sociaux où s'exprime sa communauté.
- Sélectionner les plateformes et optimiser sa présence sur celles-ci.
- Identifier les blogs et blogueurs influents.

**Construire et développer sa communauté**

- Planifier les étapes de sa création.
- Définir les valeurs de sa communauté.
- Impliquer différents collaborateurs.

**Animer sa communauté sur le web**

- Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
- Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté.
- Faire des membres existants des relais d'information.
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences.
- Veiller à la qualité des réponses et relancer la discussion.
- Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements.
- Faire respecter les règles de la communauté.
- Veiller au respect des conditions générales d'utilisation du site.

**Utiliser les réseaux sociaux au profit de sa communauté**

- Limiter les risques de fragilisation des liens intracommunautaires.
- Mesurer l'importance du dialogue à long terme.
- Favoriser l'échange d'expériences.
- Déterminer le bon moment pour avoir une Fan page sur Facebook.
- Animer un fil Twitter.

## MODULE 3

**Écrire pour sa communauté**

**Mesurer l'impact de la lecture à l'écran**

- Tenir compte des caractéristiques et des contraintes de la lecture à l'écran.
- Différencier approche papier et approche écran d'un site web.
- Améliorer la lisibilité des textes, faciliter la navigation sur le site.

**Utiliser des techniques d'écriture efficaces sur le web**

- Rédiger des contenus pour être lu
- Concevoir des entrées multiples adaptées aux profils des lecteurs, de sa communauté.
- Utiliser le multimédia pour enrichir son contenu : vidéos, photos, liens hypertextes.
- Les règles rédactionnelles à mettre en place.

**Adapter des articles au web**

- Sélectionner et mettre en ligne les bonnes informations, choisir des liens pertinents.
- Humaniser ses contenus, écrire pour susciter des réactions, inciter ses membres à écrire.

## MODULE 4

**Gérer sa visibilité au sein de sa communauté**

**Définir son identité numérique**

- Comprendre le concept de l'identité numérique.
- Concilier visibilité numérique et préservation des aspects privés de son identité numérique.
- Protéger l'identité des individus et des marques sur le web : le droit français.

**Comprendre les enjeux liés au management de son identité sur le web**

- Améliorer sa visibilité sur le web.
- Mesurer l'importance du web : une place publique.
- Identifier les risques liés à son identité numérique.
- Personal branding et corporate branding.

**Maîtriser sa réputation au sein de sa communauté**

- Surveiller sa e-réputation : moteurs de recherche spécialisés, services d'alerte, veille.
- Fixer les objectifs de la communauté : test de produit, promotion autour de la marque.
- Définir les indicateurs de mesure permettant de valider les objectifs atteints.
- Détecter les attaques contre la marque, les gérer.

## INITIATION

Code : 37038

🕒 13.5 jours | 93 heures

💰 Prix HT : 5460 €

### OBJECTIFS

Acquérir un savoir-faire opérationnel pour créer et gérer une communauté sur le web. Construire votre stratégie communautaire.

Écrire pour votre communauté. Gérer votre communauté.

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance et pratique régulière des réseaux sociaux

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la fonction de community manager ou désirant élargir ses compétences sur ce métier.

**Code DOKÉLIO : 0242225**

**Code Inventaire : 2146**

**LNI : 205 911**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Une approche méthodologique et outillée du métier de community manager. L'acquisition de techniques et de méthodes très opérationnelles et directement transposables.

### BLENDÉD

oui

### ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative. Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com  
Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Classe virtuelle le 25 février 2019  
du 11 au 13 mars 2019  
du 10 au 12 avril 2019  
du 22 au 24 mai 2019  
du 17 au 19 juin 2019  
le 20 juin 2019  
retour d'expérience le 20 septembre 2019

#### Session 2

Classe virtuelle le 31 juillet 2019  
du 26 au 28 août 2019  
du 25 au 27 septembre 2019  
du 28 au 30 octobre 2019  
du 19 au 21 novembre 2019  
le 22 novembre 2019  
retour d'expérience le 21 février 2020

#### Session 3

Classe virtuelle le 2 octobre 2019  
du 9 au 11 octobre 2019  
du 12 au 14 novembre 2019  
du 18 au 20 décembre 2019  
du 20 au 22 janvier 2020  
le 23 janvier 2020  
retour d'expérience le 24 avril 2020

### Bordeaux

Classe virtuelle le 6 septembre 2019  
du 11 au 13 septembre 2019  
du 16 au 18 octobre 2019  
du 13 au 15 novembre 2019  
du 9 au 11 décembre 2019  
le 12 décembre 2019  
retour d'expérience le 13 mars 2020

### Lille

Classe virtuelle le 30 août 2019  
du 4 au 6 septembre 2019  
du 23 au 25 octobre 2019  
du 18 au 20 novembre 2019  
du 16 au 18 décembre 2019  
le 19 décembre 2019  
retour d'expérience le 27 mars 2020



**Ambre Frandsen**  
Consultante en médias sociaux, social media manager

« Pourquoi est-ce important de se former au Community Management ? »

Un CM doit repérer les opportunités de conversation entre des marques et des individus. Ces conversations génèrent une richesse sur laquelle les marques capitalisent de plus en plus. Aujourd'hui, le CM est un acteur majeur de la transition numérique des entreprises.

*Crédit photo : Ambre Frandsen*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)



# Social Media Manager

Concevoir et piloter une stratégie social media.

**Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances**

## MODULE 1

### Maîtriser les principales plateformes sociales

#### Définition des réseaux sociaux

- Apports scientifiques sur la notion de réseau social depuis le début du XX<sup>ème</sup> siècle.
- Sociologie comportementale de l'individu et de la communauté.
- Enjeux et tendances des réseaux sociaux au XXI<sup>ème</sup> siècles.

#### Panorama actualisé des réseaux sociaux digitaux

- État des lieux des principaux réseaux sociaux, usages, chiffres, évolutions et perspectives.
- Savoir choisir les plateformes sociales : les spécificités de chaque plateforme pour répondre aux objectifs stratégiques des marques.
- Le modèle économique des plateformes sociales et les enjeux financiers pour les marques.
- Le fonctionnement des algorithmes et les clés de la performance pour les social media managers.
- Analyse de quelques bonnes pratiques sur différents objectifs de communication.

#### Ateliers : live tweet / Instagram / Twitter / Profil LinkedIn / Stories.

#### Classe virtuelle : préparation à la soutenance

- Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## MODULE 2

### Définir une stratégie social media

#### Déterminer ses objectifs et son positionnement sur les réseaux sociaux

- Définir ses objectifs de communication, méthodologie et best practices : image, notoriété et e-réputation.
- Définir ses objectifs marketing, méthodologie et best practices : prospection, conversion, fidélisation.

#### Appréhender ses forces et ses faiblesses dans un audit global

- Mener un audit de sa présence et des conversations.
- Réaliser un benchmark concurrentiel.
- Panorama des outils d'analyse, le plus souvent gratuits ou "freemium".
- Déterminer le choix des plateformes et positionner sa marque ou son organisation.

#### Élaborer et mettre en œuvre une stratégie éditoriale

- Identifier et explorer les opportunités de prise de parole sur les différentes plateformes.
- Déterminer sa ligne éditoriale.
- Décliner ses sujets et thèmes de communication en angles pertinents et adaptés à ses cibles.
- Diversifier le traitement de ses contenus éditoriaux : format, ton...
- Initiation à la diversité des styles et des formats journalistiques et éditoriaux.
- Déterminer le planning éditorial : méthodologie, outils.
- Présentation d'exemples de chartes éditoriales.

#### Bâtir une stratégie de brand content en cohérence avec la stratégie de l'organisation

- Définir le brand content ou contenu de marque.

- Évaluer la valeur ajoutée du brand content dans sa stratégie de communication.
- Explorer les différents types de contenus de marque et leur adéquation avec ses objectifs.
- Intégrer le brand content dans sa stratégie digitale.

## MODULE 3

### Intégrer sa stratégie social media dans la stratégie de communication globale

#### Identifier le rôle et les missions du social media manager

- Définir le positionnement du Social Média Manager dans l'entreprise.
- Connaître ses différentes missions.
- Identifier les domaines d'intervention en interne et externe.
- Identifier le rôle des différents acteurs du digital : traffic manager, community manager, brand manager, SEO, etc.

#### Le digital hors social media

- Comprendre le dispositif digital dans son ensemble.
- Connaître les autres leviers fondamentaux d'une visibilité en ligne.
- Maîtriser les incontournables : référencement naturel et payant, publicité en ligne, blog, newsletter etc.

#### Insérer le social media dans la stratégie globale de l'organisation

- Analyser la politique globale de communication pour être en cohérence.
- Comprendre où se situent la concurrence en ligne, les zones d'influence, les conversations et les acteurs.
- Intégrer les réseaux sociaux au plan de communication.

### Évaluer la performance social media... et pas que

- Définir, hiérarchiser et diffuser les KPI, Key Performance Indicator, sur les réseaux sociaux.
- Analyser les indicateurs des autres leviers digitaux.
- Quantifier ses objectifs de ROI et ROA avec pertinence.
- Bâtir un tableau de bord efficace, proposer des axes d'amélioration, assurer la promotion de son action.

## MODULE 4

### Optimiser sa e-réputation et préserver sa marque en cas de crise

#### Maîtriser la e-réputation de l'entreprise

- Structurer une veille active sur sa réputation sur Internet et les conversations autour de sa marque.
- Mettre en œuvre quelques outils et anticiper leur évolution : moteurs de recherche spécialisés, services d'alerte, outils de veille.
- Analyser la présence des concurrents et des influenceurs.
- Prémunir l'organisation contre les risques : dispositif, procédures d'alerte, contenus et modération.

#### Piloter le community management

- Assurer les recommandations d'animation.
- Déterminer les axes de veille.
- Déterminer les axes de modération et de réponse.
- Piloter la charte de modération.

#### Gérer les communications sensibles

- Comprendre les différentes facettes de l'e-réputation.
- Repérer les sources de départ potentiel de crise.

## INITIATION

Code : 37063

🕒 13.5 jours | 93 heures

💰 Prix HT : 5460 €

### OBJECTIFS

Acquérir la méthodologie et les outils pour concevoir et piloter la stratégie de communication digitale de l'entreprise.

Concevoir piloter son plan social media.

Définir ses KPIs et calculer son ROI. Gérer la e-réputation.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux des médias sociaux et de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction Social media manager ou souhaitant élargir ses compétences sur ce métier.

**Code DOKÉLIO : 024220**

**Code Inventaire : 2846**

**LNI : 220014**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Une approche méthodologique et outillée du métier de social media manager. L'acquisition de techniques et de méthodes très opérationnelles et directement transposables.

### BLENDED

oui

### ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative. Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com  
Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Session 1

Du 4 au 6 mars 2019

classe virtuelle le 22 mars 2019

du 8 au 10 avril 2019

du 13 au 15 mai 2019

du 18 au 20 juin 2019

le 21 juin 2019

retour d'expérience le 26 septembre 2019

### Session 2

Du 30 septembre au 2 octobre 2019

classe virtuelle le 18 octobre 2019

du 4 au 6 novembre 2019

du 9 au 11 décembre 2019

du 13 au 15 janvier 2020

le 16 janvier 2020

retour d'expérience le 17 avril 2020

### Études de cas et mises en situation

- Éviter que l'emballement communautaire sur les réseaux sociaux devienne une crise.
- S'organiser pour accroître la surveillance et définir une stratégie de réponse.
- Adapter la réponse au contexte et à la communauté.

### Atelier de gestion de crise en ligne

#### Évaluation

- Soutenance devant un jury professionnel
- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFRJ et d'un professionnel extérieur.

### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

### E-ressources



### Olivier Raviart, Merkutio

**Stratégie de communication digitale**

Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, Snapchat, autant de leviers de présence désormais incontournables pour les organisations. Ajoutez-y l'avènement des messageries telles que Messenger ou Whatsapp et leur corollaire de robots conversationnels. Observez la multiplication de nouveaux contenus et de nouveaux formats, à commencer par la vidéo en temps réel. Autant de raisons qui rendent désormais indispensable le rôle de Social Media Manager au sein de toute organisation.

*Crédit photo : Olivier Raviart*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# Chief digital officer

Renforcer ses compétences digitales pour piloter la transformation des organisations.

**Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances**

## MODULE 1

### Impulser la transformation digitale dans les organisations

#### Réinventer les organisations : l'impact du digital dans les organisations

- Le digital et la fonction marketing.
- Le digital et la fonction communication.
- Le digital et la relation client.
- Le digital et la fonction RH.
- Le digital et les S.I. de l'organisation.

#### Les nouveaux modèles d'organisation

- L'autogouvernance.
- L'halocratie.
- L'entreprise libérée.

#### Fabriquer le changement et adopter les modes collaboratifs

- La culture du changement.
- L'open innovation.
- L'intrapreneuriat.
- Apprendre à collaborer.

#### Le chief digital officer, pivot de la transformation digitale

- Identifier les chantiers de la transformation digitale.
- Mener un audit d'acculturation de l'organisation.
- Intégrer la transformation digitale à la culture de l'organisation.
- Apporter de la transversalité dans la conduite des projets.
- Faire adhérer en interne et en externe.

#### Le CDO et sa mission

- Positionnement dans l'organisation.
- Typologie des missions dévolues au CDO.
- Moyens à revendiquer.
- Leadership et posture du CDO dans sa communication.

## MODULE 2

### Repenser le business model

#### Nouveaux modèles économiques sur Internet et stratégies de développement

- L'évolution des comportements d'achat : web, mobiles et tablettes, multi-canal.
- Les modèles économiques du digital : freemium, monétisation de l'audience, applications, e-commerce, multi-canal, places de marché, etc.
- Déployer les méthodologies de parcours client pour identifier les objectifs des usagers à chaque étape.
- Déterminer les objectifs et choisir les leviers digitaux pertinents : Paid, Owned, Earned Media (POEM).
- Atelier : business model Canvas.

#### Mesurer l'efficacité de sa stratégie digitale

- Les indicateurs clés de la performance des business models digitaux.
- Valider les indicateurs d'évaluation de l'efficacité de la stratégie digitale.
- Calculer le ROI et le RSO.
- Structurer le pilotage de l'activité.
- Sélectionner les outils de reporting.

#### Classe virtuelle : préparation à la soutenance

- Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## MODULE 3

### La technologie au service des programmes de la transformation digitale

#### Les dernières tendances technologiques de la transformation digitale

- Le Cloud.
- Big data, open data.
- La mobilité.
- Les objets connectés.
- L'intelligence artificielle.
- La cyber-sécurité.
- Atelier d'initiation au code.

## MODULE 4

### Conduire le changement : la communication comme levier d'action

#### La conduite de projet en mode agile

- Les enjeux naturels des projets web.
- Les méthodes de l'agilité : Design thinking, UX, Scrum.

#### Structurer la gouvernance

- Acteurs, missions et responsabilités.
- Phases, délais, coûts : la maîtrise du projet.

#### Les leviers de la communication digitale et prospective

- Les lieux incontournables de la présence sociale.
- Les tendances pour les années à venir : IA, chatbot, Live stream video.
- Analyse de quelques "best practices" de stratégies innovantes.

#### Rendre sa marque conversationnelle

- Sélectionner ses lieux de présence.
- Bâtir une stratégie éditoriale.
- Maîtriser les techniques d'animation communautaire.

### Être garant de l'e-réputation et communication de crise

- Préparer sa communication de crise.
- Atelier de simulation d'une crise.
- Les clés pour protéger l'e-réputation de la marque.

#### Évaluation

- Soutenance devant un jury professionnel
- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFPJ et d'un professionnel extérieur.

#### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

#### E-ressources

En partenariat avec



## INITIATION

Code : 37072

🕒 13,5 jours | 93 heures

💰 Prix HT : 5460 €

### OBJECTIFS

Impulser la transformation digitale dans les organisations.

Repenser le business model.

Conduire le changement : la communication comme levier d'action.

### PRÉREQUIS

Avoir la responsabilité de mener à bien des chantiers de transformation digitale.

Avoir pour objectif personnel de s'orienter vers le pilotage de projets de transformation digitale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction de "chief digital officer" ou souhaitant élargir ses compétences métier.

Code DOKÉLIO : 024201

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

### BLENDED

oui

### ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative.

Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : [bnoire@cfpj.com](mailto:bnoire@cfpj.com). Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Session 1

Du 27 au 29 mars 2019

classe virtuelle le 12 avril 2019

du 23 au 25 avril 2019

du 27 au 29 mai 2019

du 25 au 27 juin 2019

le 28 juin 2019

retour d'expérience le 27 septembre 2019

### Session 2

Du 16 au 18 septembre 2019

classe virtuelle le 11 octobre 2019

du 21 au 23 octobre 2019

du 18 au 20 novembre 2019

du 16 au 18 décembre 2019

le 19 décembre 2019

retour d'expérience le 20 mars 2020



**Olivier Raviart,**  
**Merkutio**

**Stratégie de communication digitale**

L'avènement des technologies digitales, l'émergence des usages collaboratifs, l'affirmation de la culture de la connexion, autant de facteurs qui se conjuguent et contraignent les organisations à se repenser : la transformation digitale est en marche !

Pour prioriser les chantiers, acculturer l'organisation, apporter de la transversalité et piloter le progrès, il faut des hommes et des femmes d'une essence rare. Riches en expérience et en talent, ils seront capables de transformer les contraintes en opportunités. D'aucuns annonçaient leur disparition précoce, force est de constater que ces profils sont de plus en plus sollicités.

*Crédit photo : Olivier Raviart*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)





# Brand manager

Concevoir et piloter une stratégie de communication de marque.

## Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances

### Classe virtuelle : introduction à la formation

- Se rencontrer.
- Présentation de la formation.
- Les attentes : les vôtres, les nôtres.
- Déroulement de l'évaluation.

### MODULE 1

#### Relever le nouveau challenge des marques

##### Identifier les nouveaux enjeux de la marque

- Connaître les nouveaux enjeux de la marque : marque commerciale, marque culturelle, marque communautaire.
- Évaluer l'impact du digital sur les stratégies de marque.
- Identifier les nouvelles attentes et les comportements des consommateurs.
- Gérer la multiplication des supports et des acteurs.
- Le rôle central des contenus et de la culture.

##### Positionner la fonction brand manager

- Clarifier la fonction de Brand Manager : profil, compétences, activités.
- Positionner le rôle du Brand Manager dans l'entreprise, ses interlocuteurs, ses partenaires : responsable produit, responsable marketing, community manager, responsable communication...

##### Identifier les missions stratégiques du brand manager

- Piloter les études qualitatives et quantitatives.
- Assurer la veille concurrentielle.
- Développer le capital culturel de la marque.
- Concevoir et piloter la stratégie de la marque et garantir la cohérence.
- Coordonner les différents acteurs.

- Auditer et évaluer sa marque.

### MODULE 2

#### Construire et développer une identité de marque forte

##### Construire une plateforme de marque

- Construire le référentiel d'identité de sa marque.
- Définir les valeurs de la marque et le contrat de marque.
- Choisir le positionnement de sa marque et le territoire d'image voulue.
- Développer la narration de la marque avec le schéma narratif.

##### Développer du contenu de marque innovant : les principes du Brand Content

- Connaître les règles du Brand Content.
- Identifier les trois grands types de contenus de marque : découverte, information et divertissement.
- Connaître les fondamentaux de la création de contenus éditoriaux : web, réseaux sociaux, applications, vidéos, événements...
- Définir sa ligne éditoriale en fonction de ses formats et de ses outils.
- Mettre en place un comité, un calendrier et une charte éditoriale.

##### Penser la stratégie d'Inbound Marketing et de Digital Brand Content

- Co-production de contenu avec les internautes.
- Utiliser les UGC de sa communauté.
- Évaluer l'engagement des internautes.
- Mettre en place des campagnes de publicité sur les réseaux sociaux et promouvoir son entreprise et sa marque sur Facebook, Twitter et Instagram.

#### Développer le potentiel culturel de sa marque

- Faire de la culture un levier stratégique.
- Identifier les sources culturelles de sa marque.
- Les canaux d'expression de la culture de marque.

### MODULE 3

#### Concevoir et piloter une stratégie de communication de marque

##### Bâtir la stratégie de communication de la marque

- Définir la stratégie en 4 étapes clés : contexte, enjeux, cibles communautaires et relais, objectifs.
- Établir la cartographie de ses audiences et définir les comportements attendus.
- Définir les objectifs par cibles et les contenus associés.
- Éditorialiser les contenus.
- Choisir les moyens adaptés : publicité, média sociaux, audiovisuel, web, édition, événementiel, relations publiques...
- Déployer et piloter une culture de marque : indicateurs et outils d'évaluation.

##### Développer la marque digitale

- Connaître les dix clés de succès d'une marque digitale.
- Construire l'identité numérique de sa marque.
- Gérer l'e-réputation et la e-influence.
- Développer la viralité via l'owned media, l'earned media et le paid media.
- Utiliser le storytelling digital.

#### Évaluation

- Soutenance devant un jury professionnel
- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CPFJ et d'un professionnel extérieur.

#### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

#### E-ressources

## INITIATION

Code : 37064

🕒 10,5 jours | 72 heures

💰 Prix HT : 4095 €

### OBJECTIFS

Auditer et évaluer sa marque.  
Créer une identité de marque forte.  
Concevoir et piloter une stratégie de communication de marque.  
Maîtriser sa notoriété numérique et sa e-réputation.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication et du marketing.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la fonction de brand manager ou désirant élargir ses compétences sur ce métier.

**Code DOKÉLIO : 024226**

**Code Inventaire : 2844**

**LNI : 220013**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

Une approche méthodologique et outillée du métier de brand manager. L'acquisition de techniques et de méthodes très opérationnelles et directement transposables.

### BLENDED

oui

### ÉVALUATION

Évaluation formative et formative.  
Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : [bnoire@cfpj.com](mailto:bnoire@cfpj.com). Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Session 1

Classe virtuelle le 22 mars 2019  
du 1er au 3 avril 2019  
du 13 au 15 mai 2019  
du 11 au 13 juin 2019  
le 14 juin 2019  
retour d'expérience le 6 septembre 2019

### Session 2

Classe virtuelle le 23 septembre 2019  
du 30 au 2 octobre 2019  
du 4 au 6 novembre 2019  
du 2 au 4 décembre 2019  
le 5 décembre 2019  
retour d'expérience le 28 février 2020



**Ambre Frandsen**  
Consultante en médias sociaux, social media manager

Véritable chef d'orchestre pour le pilotage des marques, le Brand Manager ne vend pas un produit. Il forge une marque pour soutenir sa promotion, en interne et en externe. Valeurs, identité, multiplication des canaux : il faut que l'ensemble réponde à une logique cohérente !

*Crédit photo : Ambre Frandsen*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)





# Chef de projet digital

Créer et gérer un projet web.

**Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances**

## MODULE 1

### Création et gestion d'un projet web

#### Identifier le rôle du chef de projet web

- Le rôle du chef de projet : ses qualités et ses compétences.
- Les outils du chef de projet : plateformes, logiciels de gestion de projet, outils d'enquête en ligne...
- Les interactions avec les différents métiers : ergonomes, graphistes, journalistes, ingénieurs...

#### Auditer l'existant

- Benchmark : éditorial, graphique, ergonomique...
- Rédiger un projet d'audit.

#### Les différentes étapes de création d'un projet web

- Définir ses cibles, ses objectifs et ses moyens.
- Estimer les coûts de son projet.
- Assurer un contrôle qualité à chaque étape de développement et de validation.

#### Concevoir l'architecture d'un site

- Concevoir une arborescence fonctionnelle.
- Trier ses contenus et les positionner dans une arborescence efficace : méthode du tri des cartes.
- Traduire une architecture en modèle de navigation.

#### Rédiger un cahier des charges efficace

- Structurer son cahier des charges en fonction de l'architecture.
- Lancer un appel d'offres.
- Choisir un prestataire.

#### Le cadre juridique de son projet web : respecter les obligations légales

## MODULE 2

### Conception éditoriale d'un site web

#### Prendre en compte le nouvel écosystème de l'information

#### Identifier et structurer ses contenus

- Optimiser le référencement naturel du site.
- Hiérarchiser et architecturer l'information.
- Produire des gabarits : articles, dossiers...

#### Intégrer les principes de l'ergonomie éditoriale

- Les tendances du web design.
- Faciliter l'accès aux contenus.
- Connaître les règles d'accès pour les handicapés.

#### Gestion de contenu : choisir un outil de gestion de contenu

- Choisir un outil CMS adapté à l'usage souhaité.
- Identifier les avantages et inconvénients des CMS.
- Fonctionnalités d'administration et de gestion du site.

#### Atelier de refonte d'un site : étude de cas

- Définir ses objectifs.
- Restructurer la page d'accueil.
- Proposer un nouveau zoning de page d'accueil.

#### Classe virtuelle : préparation à la soutenance

- Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## MODULE 3

### Interactivité et enjeu du web social

#### Améliorer l'interactivité d'un site

- Les interfaces hommes-machines.
- Utiliser les interfaces riches : drag and drop, autocomplétion,

validation à la volée...

- Mettre en place un social wall.

#### Identifier les potentialités du web social

- Le partage de l'information sur les réseaux sociaux.
- Les outils de curation de contenus.
- Les blogs, wikis, forums.
- La newsletter et sa viralité.

#### Définir une stratégie sociale en ligne

- Utiliser les médias sociaux pour sa marque.
- Décrypter des campagnes virales sur le web et analyser le buzz.
- Mettre en place des outils de performance.

## MODULE 4

### Écriture web et scénarisation de l'information

#### Écrire pour le web

- Écrire du site aux réseaux sociaux et des réseaux sociaux au site.
- Mesurer l'impact du référencement naturel et des mots-dièse.
- Réécrire et adapter des articles print existants.

#### Mettre en scène l'information

- Le rôle et l'utilisation de l'image : diaporama, photos panoramiques et interactives...
- La vidéo : les formats éditoriaux et les plateformes de publication.
- Le son : quels usages ?
- Préparer une cartographie interactive.
- Conjuguer les différentes techniques.

#### Travail sur le projet

## Évaluation

- Soutenance devant un jury professionnel
- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFPJ et d'un professionnel extérieur.

## Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

## E-ressources

## INITIATION

Code : 37032

🕒 13,5 jours | 93 heures

💰 Prix HT : 5460 €

### OBJECTIFS

Améliorer l'interactivité de son site  
Définir une stratégie sociale en ligne.

Auditer l'existant.

Concevoir l'architecture d'un site.

Rédiger un cahier des charges.

Structurer et gérer ses contenus.

Concevoir un site ergonomique.

### PRÉREQUIS

Pratique régulière du web

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la fonction de chef de projet web ou désirant élargir ses compétences sur ce métier.

Code DOKÉLIO : 24994

Code Inventaire : 2149

LNI : 205910

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

### BLENDED

oui

### ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative.

Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : [bnoire@cfpj.com](mailto:bnoire@cfpj.com). Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Session 1

Du 27 au 23 mars 2019

du 24 au 26 avril 2019

classe virtuelle le 10 mai 2019

du 27 au 29 mai 2019

du 24 au 26 juin 2019

le 27 juin 2019

retour d'expérience le 28 septembre 2019

### Session 2

Du 7 au 9 octobre 2019

du 13 au 15 novembre 2019

classe virtuelle le 29 novembre 2019

du 11 au 13 décembre 2019

du 14 au 16 janvier 2020

le 17 janvier 2020

retour d'expérience le 17 avril 2020



**Alexia Guggemos**  
Digital strategist, Content manager

Comment rendre un site web performant et toucher sa cible ? Le chef de projet web digital a un rôle de coordinateur. Il porte aussi une vision, celle de l'entreprise. Trait d'union entre les équipes marketing, communication, éditoriale et informatique, il est en veille permanente. Quelles sont les dernières innovations et tendances du digital ? La formation y répond et donne les clés stratégiques du pilote dans l'avion !

*Crédit photo : Alexia Guggemos*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)





# Journaliste d'entreprise print & web

Acquérir un réel savoir-faire opérationnel dans la rédaction de supports print et web.

## MODULE 1

### Écriture journalistique

#### Écrire pour son lecteur

- Identifier sa cible.
- Mettre en œuvre les lois de proximité.
- Cerner le rôle des niveaux de lecture.

#### Élaborer un angle

- Distinguer l'angle du sujet.
- Décliner plusieurs angles sur le même sujet.
- Trouver l'angle qui correspond à son lectorat.
- Choisir et tenir un angle.

#### Donner de l'information

- Repérer les informations majeures.
- Construire le message essentiel.
- Rédiger un chapô.
- Rédiger une brève.

#### Construire un article

- Hiérarchiser les informations.
- Connaître les différents plans.
- Utiliser le plan en pyramide inversée.
- Rédiger un filet.

#### Utiliser la titraille

- Connaître les différentes formes de titre.
- Rédiger un titre mixte.
- Soigner l'attaque et la chute.

#### Maîtriser la structure des phrases

- Utiliser un vocabulaire concret.
- Travailler la longueur des phrases.
- Chasser le pléonasme.

## MODULE 2

### Les sources journalistiques, classe virtuelle

- Comment les journalistes s'informent-ils ?
- Gérer les relations avec ses sources.
- Vérifier ses sources et croiser les informations.
- La place de la déontologie dans la collecte d'informations.

## MODULE 3

### Choisir l'angle et le plan print et web

#### Définir l'angle, notion journalistique essentielle

- Comprendre ce qu'est un angle journalistique, au service de la diversité de ses lecteurs.
- Lier angle et lois de proximité.
- Décrire la différence entre sujet, angle et genre journalistique.
- Repérer des angles différents sur un même fait d'actualité.
- Comprendre comment l'angle s'inscrit dans une politique rédactionnelle : un outil pour sélectionner l'information.
- Connaître les éléments constitutifs de la charte rédactionnelle.
- Une charte par rubrique : un préalable à la recherche d'angles.
- Atelier : mise en application sur une sélection d'articles.

#### Acquérir une démarche générale de recherche d'angles

- Découvrir une méthodologie de recherche d'angles applicable pour tout support print et numérique.
- De l'idée du sujet à l'écriture finale : démontrer l'importance de l'angle dans le processus de production de contenus éditoriaux.
- Élargir la recherche documentaire pour resserrer son angle.
- Gérer la proposition de sujet et/ou de la commande : la méthodologie du synopsis.
- Trouver dix angles intéressants à partir d'une même information.
- Atelier : réalisation de dossiers multi-angles, angles principal et complémentaire.

#### Intégrer des techniques pour trouver des angles

- Découvrir et mettre en œuvre des techniques de créativité pour des angles originaux par associations d'idées, jeux d'écriture,

changements de perspective, agrégations de sujets.

- Dynamiser tout marronnier.
- Apprendre à capter l'insolite et le méconnu.
- Appliquer les techniques de créativité, seul ou en équipe.
- Choisir les techniques selon les circonstances.
- Sélectionner les techniques de recherche les plus appropriées selon le genre journalistique souhaité : portrait, reportage, enquête, etc.
- Sélectionner les techniques de recherche selon le média : presse quotidienne, magazine, site web, newsletter, etc.

#### Pratiquer différents types de construction

- Adapter le plan de son article en fonction du sujet et de son angle.
- Connaître les types de plans : énumératif, par typologie, dialectique...
- Écrire un article construit sur le mode chronologique.
- Construire un argumentaire.
- Écrire énumératif.

## MODULE 4

### Habiller un texte

#### Acquérir les règles de base d'un bon titre

- Définir les fonctions des titres informatifs, incitatifs ou allusifs.
- Utiliser les éléments indispensables d'un bon titre.
- Rédiger des titres incitatifs.

#### Travailler les éléments secondaires

- Rédiger un chapeau ou une accroche.
- Écrire des intertitres et exergues.
- Trouver des attaques et des chutes.

#### Illustrer un article

- Connaître le rôle des photographies, des illustrations.
- Apprendre à rédiger des légendes.

### Faire preuve de créativité dans ses écrits

- Dépasser ses habitudes d'écriture.
- Donner envie au lecteur de lire, le surprendre.
- Mettre son style à l'abri des lourdeurs et clichés.

## MODULE 5

### Acquérir les techniques de l'interview

#### L'interview : démarche d'investigation et genre journalistique

- Mesurer la finalité de l'interview.
- Distinguer les déclinaisons de l'interview, les exploiter.

#### Préparer une interview écrite

- Réussir sa prise de contact, se documenter.
- Construire son questionnaire : l'arme absolue de l'interview.
- Préparer et scénariser les questions selon le type d'interview.

#### Conduire une interview

- Faciliter les relations intervieweur/interviewé, une dimension psychologique à maîtriser.
- Optimiser la prise de notes, enregistrer.
- Identifier les types d'informations à recueillir.

#### Sélectionner les informations

- Déterminer le message essentiel, l'angle et le plan.
- Rédiger une interview : respecter le ton, que doit-on réécrire ? Sous quelle forme ?
- Choisir les titres citations.
- Écrire les différents chapeaux.
- Rattraper une interview ratée.

#### Pratiquer l'interview écrite : exercices d'application

- Écrire d'interviews.
- Interviews courtes dont "trois questions à...".
- Interviews au téléphone.
- Interviews portrait.

#### Connaître le cadre juridique de l'interview

## MODULE 6

### Écrire sur des sujets sensibles : reportage, portrait

#### Préparer un reportage

- Rechercher des sujets et des angles originaux.
- Vérifier les informations.

#### Réaliser un reportage d'actualité ou magazine

- La construction du récit.
- Soigner la scène d'attaque et la scène de chute.
- S'entraîner à la description des personnes et des décors.
- Une spécificité magazine : recours aux comparaisons et aux métaphores.

#### Acquérir les techniques du portrait

- L'importance de la recherche d'archives.
- L'élaboration du questionnaire.
- Valoriser la rencontre avec le personnage.

#### Rédiger un portrait

- L'organisation préalable à l'écriture : la construction du plan.
- Disséminer dans le texte la matière collectée : détails, citations, anecdotes et descriptions.

## MODULE 7

### Écrire pour le web

#### La rédaction web

- De l'écriture journalistique à l'écriture web.
- Définir la rédaction web et ses enjeux.
- Les supports de rédaction : du site web / blog aux réseaux sociaux.

#### Le contenu est roi

- Le contenu : la base de la visibilité sur Internet.
- Maîtriser la structure d'un contenu adapté au web.
- Les nouvelles tendances de la rédaction web.

- Créer une stratégie de contenu.

#### Fondamentaux du SEO

- Connaître les principaux algorithmes de Google.
- Comment Google interprète-t-il le contenu ?
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel / SEO.
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux et à ses différentes cibles.
- Analyser la portée du contenu au travers des réseaux sociaux.
- Analyser son positionnement sur le web.

#### Écrire et adapter des articles existants

- Concevoir son maillage interne et ses liens sortants.
- Adapter son contenu aux multiples devices et écrans.
- Enrichir et diversifier son contenu : infographies, photos, vidéos, son...

#### Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web

- Construction d'un site web : les pages et les articles.
- Structure et arborescence des contenus sur un site web.
- Les outils et plugins indispensables.
- Rédaction d'un article optimisé sur WordPress.
- Rédiger une charte éditoriale.

#### Évaluation

- Soutenance : présentation du projet individuel devant les membres du jury.

#### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place, analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.

## INITIATION

Code : 35079

19.5 jours | 135 heures

Prix HT : 7245 €

### OBJECTIFS

Utiliser les principes de l'écriture informative dans ses écrits.  
Définir l'angle et le plan.  
Habiller un texte.  
Réaliser une interview.  
Adapter son contenu aux réseaux sociaux.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction de rédacteur ou souhaitant élargir ses compétences métier.

Code DOKÉLIO : 012088

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Rédaction d'articles sur des thèmes variés. Analyse de traitements éditoriaux, exercices d'écriture, adaptation d'articles.

### BLENDED oui

### ÉVALUATION

Évaluation formative et formative.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : bnoire@cfpj.com. Frais de dossier : 49 €

## SESSIONS

### Session 1

Du 18 au 20 mars 2019  
classe virtuelle le 5 avril 2019  
du 15 au 17 avril 2019  
du 20 au 22 mai 2019  
du 19 au 21 juin 2019  
du 17 au 19 juillet 2019  
du 26 au 28 août 2019  
le 29 août 2019  
retour d'expérience le 29 novembre 2019

### Session 2

Du 2 au 4 octobre 2019  
classe virtuelle le 18 octobre 2019  
du 6 au 8 novembre 2019  
du 2 au 4 décembre 2019  
du 13 au 15 janvier 2020  
du 5 au 7 février 2020  
du 9 au 11 mars 2020  
le 12 mars 2020  
retour d'expérience le 12 juin 2020



**Nathalie Bougeard**  
Journaliste, carte de presse  
n°63 640

Trait d'union entre l'ensemble des collaborateurs, le journaliste d'entreprise possède tous les outils de l'écriture journalistique : lois de proximité, message essentiel, techniques d'interview et de titrage et les différents genres d'articles. Grâce à sa curiosité et à sa rigueur, ce professionnel donne à voir et à comprendre les événements de l'entreprise.

*Crédit photo : DR*

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# Secrétaire de rédaction print & web

Maîtriser l'ensemble des techniques nécessaires pour assurer les missions du secrétaire de rédaction print et web.  
Certificat Voltaire pour améliorer son orthographe.



## MODULE 1

### L'environnement du secrétaire de rédaction

- La place du secrétaire de rédaction dans l'organisation du journal : circulation de la copie, planning, chemin de fer, suivi de fabrication.
- L'environnement technique de la PAO.
- Le SR face au droit de la presse, de l'image et de l'édition en ligne.

## MODULE 2

### Écriture journalistique

- Écrire pour son lecteur.
- Élaborer un angle.
- Donner de l'information.
- Construire un article.
- Utiliser la titraille.
- Maîtriser la structure des phrases.

## MODULE 3

### De la relecture à la correction

- Intégrer les fondamentaux de la lisibilité.
- Améliorer la qualité rédactionnelle.
- Repérer le message essentiel.
- Habiller l'information.
- Respecter la qualité typographique.
- Acquérir les techniques de relecture.

### Classe virtuelle : préparation à la soutenance

- Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## MODULE 4

### Les techniques de la réécriture pour dynamiser le contenu

- Maîtriser les techniques de réécriture.
- Améliorer la qualité de l'habillage rédactionnel.
- Travailler sur une formule rédactionnelle de mise en pages.

- Concevoir le visuel et affiner l'utilisation de l'image.

## MODULE 5

### Superviser la mise en page d'une publication

- Préparer la copie.
- Choisir sa typographie.
- Conduire la mise en pages.

## MODULE 6

### Écrire pour le web

- La rédaction web.
- Le contenu est roi.
- Fondamentaux du SEO.
- Écrire et adapter des articles existants.
- Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web.

## "CERTIFICAT VOLTAIRE"

### Entraînement au Projet Voltaire, à distance

- Le Projet Voltaire est un service en ligne de remise à niveau en orthographe permettant de s'entraîner sur toutes les difficultés abordées par le Certificat Voltaire.

## EVALUATION

- Soutenance devant un jury professionnel
- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFRJ et d'un professionnel extérieur.
- Certification Projet Voltaire, présentiel : examen d'une durée de 3 heures.

### Classe virtuelle retour d'expérience

- Présentation de ce que vous avez mis en place. Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 35095

- 🕒 22 jours | 148 heures
- 💰 Prix HT : 7245 €

## OBJECTIFS

Appliquer les techniques de l'écriture informative.  
Corriger un texte.  
Superviser la mise en pages d'une publication.  
Traiter l'information sur le web.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux des techniques rédactionnelles

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction de "Secrétaire de rédaction print et web" ou souhaitant développer ses compétences dans ce domaine.

**Code DOKÉLIO : 023165**  
**Copanef : 221605**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Analyse de traitements éditoriaux, exercices d'écriture, adaptation d'articles.

## BLENDED

oui

## ÉVALUATION

Évaluation formative et sommative.

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation. Pour tout complément d'information, veuillez contacter Bénédicte Noiré : [bnoire@cfpj.com](mailto:bnoire@cfpj.com)  
Frais de dossier : 49 €

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure : [intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## SESSIONS

### Session 1

Du 17 au 19 avril 2019  
classe virtuelle le 3 mai 2019  
du 20 au 22 mai 2019  
du 18 au 20 juin 2019  
du 22 au 24 juillet 2019  
du 21 au 23 août 2019  
du 16 au 18 septembre 2019  
le 19 septembre 2019  
retour d'expérience le 20 décembre 2019

### Session 2

Du 30 septembre au 2 octobre 2019  
classe virtuelle le 18 octobre 2019  
du 6 au 8 novembre 2019  
du 4 au 6 décembre 2019  
du 8 au 10 janvier 2020  
du 5 au 7 février 2020  
du 9 au 11 mars 2020  
le 12 mars 2020  
retour d'expérience le 12 juin 2020



**Anne Beaumont**  
Journaliste-secrétaire de rédaction indépendante (presse et édition)

Réalisé par la rédaction en chef, les secrétaires de rédaction et/ou des rédacteurs ayant acquis ces compétences spécifiques, l'editing est une phase capitale dans la fabrication d'un journal : il permet d'en garantir la lisibilité, l'impact et, au final, la lecture et la diffusion.

*Crédit photo : Stefania lemni*

# FORMATIONS EN ALTERNANCE



**BESOIN DE  
RENSEIGNEMENTS ?**



**Chargée d'orientation  
Communication**

Bénédicte Noire  
bnoire@cfpj.com  
01 73 00 11 79



# Chargé(e) de communication et de relations presse en alternance

Formation diplômante en alternance - Contrat de professionnalisation en 1 an

## MODULE 1

### Comprendre l'univers de la communication et des médias

- Introduction à la formation.
- Le métier de chargé de communication et de relations presse et ses multiples facettes.
- L'univers de la communication.
- Panorama des médias traditionnels et digitaux.

## MODULE 2

### Définir son plan de communication et de relations presse

- Stratégie de communication et plan de communication.
- Définir un plan de communication et de relations presse.

## MODULE 3

### Définir sa communication avec les médias

- Concevoir une stratégie de communication avec les médias traditionnels et les médias du web.
- Gérer ses relations avec les journalistes traditionnels et les journalistes web.
- Intégrer le numérique dans sa stratégie de relations presse.
- Choisir le bon outil.

## MODULE 4

### Développer et entretenir son réseau

- Développer son réseau professionnel.
- Développer, gérer et entretenir un fichier presse.
- Identifier et créer des partenariats avec les influenceurs.
- Pratiquer une veille efficace.

## MODULE 5

### Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication

- Préparer les évaluations des actions de communication.
- Mettre en place son plan de communication : les 7 dernières étapes.
- Travailler avec des prestataires internes et externes.

## MODULE 6

### Réaliser l'action de communication avec un prestataire

- Rédiger son cahier des charges.
- Élaborer de tableaux de bord, outil de suivi.
- Sélectionner son prestataire.
- Recetter un livrable.

## MODULE 7

### Écriture journalistique

- Écrire pour son lecteur.
- Élaborer un angle.
- Donner de l'information.
- Construire un article.
- Utiliser la titraille.
- Maîtriser la structure des phrases.

## MODULE 8

### Gérer son projet de communication et de relations presse

- Mettre en œuvre ses actions de communication et de relations de presse.
- Gérer son projet.

## MODULE 9

### Écrire pour le web

- La rédaction web.
- Le contenu est roi.

- Les fondamentaux du SEO.
- Écrire et adapter des articles existants.
- Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web.

## MODULE 10

### Maîtriser les fondamentaux du droit de la presse et des médias

- Une liberté, trois sphères de droits et deux risques à évaluer.
- La responsabilité et la mise en ligne de contenus.
- Les «abus» sur le web et les réseaux sociaux.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Les droits d'auteur.

## MODULE 11

### Les fondamentaux du community management

- Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux.
- Définir sa stratégie communautaire.
- Construire et développer sa communauté.
- Animer sa communauté sur Internet, améliorer sa cohésion.

## MODULE 12

### Exploiter et optimiser les résultats ses actions digitales, communication et relations presse

- Comprendre l'intérêt de mesurer ses actions.
- Interpréter le succès sur les réseaux sociaux.
- Mettre en œuvre des outils de reporting.

## MODULE 13

### Rédiger des communiqués de presse et évaluer ses actions presse

- Rédiger de meilleurs communiqués de presse.
- Construire un dossier de presse efficace.
- Mode d'emploi des relations presse sur les réseaux sociaux.
- Évaluer les retombées de ses actions.

## MODULE 14

### Picture marketing : mettre en scène ses supports de communication

- Déterminer le support selon ses objectifs.
- Intégrer l'image dans ses campagnes.
- Rédiger un brief pour des commandes : photo, vidéos.
- Intégrer des infographies statiques et dynamiques.
- Comprendre l'environnement de la PAO.

## MODULE 15

### Maîtriser les techniques de la relecture et de la correction

- Respecter le code typographique.
- Améliorer la qualité rédactionnelle.
- Maîtriser les usages typographiques pour la mise en pages.
- Créer sa boîte à outils.

## MODULE 16

### Piloter la performance de sa communication

- Faire de l'évaluation une démarche à valeur ajoutée.
- Choisir les méthodes d'évaluation adaptées.

- Concevoir un tableau de bord pertinent.
- Piloter l'évaluation des différents domaines de communication.

## MODULE 17

### Communication de crise

- Savoir reconnaître la crise.
- Identifier les bons réflexes pendant la crise.
- Travailler son image post crise.
- Se préparer aux crises à venir pour en atténuer l'impact pour l'organisation.

## MODULE 18

### Devenir un prestataire en communication

- Adopter une posture de conseil, d'expert.
- Qualifier un besoin de communication, de conseil.
- Accompagner les équipes internes.

## MODULE 19

### Design thinking : concevoir l'inédit

- Découvrir le design thinking.
- Comprendre - Observer - Recadrer la problématique.
- Générer des solutions - Prototyper.
- Tester - Itérer.
- Mettre en perspective.

## MODULE 20

### Booster ses présentations sur le fond et la forme

- Construire ses messages et structurer son discours.
- Concevoir des slides convaincants.
- Être percutant en appliquant la technique du storytelling à sa communication.
- Incarner son message à l'oral.

## MODULE 21

### S'initier au data-journalisme

- Appréhender le data journalisme.
- Chercher des données et les analyser.
- Géolocaliser les données : produire une carte interactive.

## INITIATION

Code 938073

- 🕒 64 jours | 448 heures
- 🏆 Prix réglementé par l'organisme financeur

### OBJECTIFS

Décliner un plan de com' en actions de communication et de relations presse.  
Organiser et gérer des actions de com' interne, externe et de relations presse.  
Évaluer des actions de com' et de relations presse.

### PUBLIC

Toute personne désirant devenir «Chargé(e) de communication et de relations presse».

**CODE DOKELIO : 040279**

### PRÉREQUIS

Avoir validé un bac +2  
Avoir moins de 26 ans ou être demandeur d'emploi et inscrit à Pôle Emploi.

### DIPLOME RNCP

### MODALITÉS D'INSCRIPTION :

Renseignements et envoi de votre CV :  
Bénédicte Noiré  
Tél. : 01 73 00 11 79  
Email : bnoire@cfpj.com  
Frais de dossier : 45 €

### BLENDED

Classe virtuelle  
E-communauté  
E-ressources  
E-évaluation

### ÉVALUATION

Mémoire professionnel à partir d'un cas individuel réel, développé tout au long de la formation.  
Le sujet est choisi par le candidat et validé par le formateur référent qui s'assure que toutes les compétences du référentiel seront bien mises en œuvre.  
La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, du responsable pédagogique et d'un professionnel extérieur.

## TÉMOIGNAGES



**Bénédicte Noiré**  
Chargée d'orientation  
au CFPJ

En tant que chargée de la formation avec Yonel Poivre-Le Lohé, j'accompagne les participants dans leurs projets tout au long de la formation. Ce cursus est axé sur la réalisation de projets individuels et collectifs. Le principe d'une approche par projet permet au stagiaire d'être acteur de sa formation et d'acquérir rapidement les compétences recherchées par les entreprises. Le métier de communicant dans toute sa polyvalence n'aura plus de secrets pour les participants après cette formation !



**Yonel Poivre-Le Lohé**  
Consultant et formateur en  
communication

Le chargé de communication et de relations presse est la cheville ouvrière de la communication d'un annonceur. Pour réussir, polyvalence et connaissance des outils sont de mise. Mais elles ne suffisent pas : penser chaque action stratégiquement, au sein d'un ensemble cohérent, voilà ce qui fera votre réussite !

*Crédit photo : Yann Manac'h*



# Journaliste presse écrite et en ligne

Contrat de professionnalisation de 2 ans pour devenir journaliste de presse écrite et en ligne.

## MODULE 1

### LES TECHNIQUES DE BASE

- Le message essentiel.
- L'angle.
- La hiérarchisation de l'information.
- Les sources et la déontologie.
- Les genres journalistiques.

## MODULE 2

### L'ÉDITING

- Le titre.
- Le chapô, l'intertitre, la légende.
- L'articulation des éléments de la titraille.
- Le rapport texte/photo.
- L'édition sur le web.

## MODULE 3

### L'INTERVIEW

- Présentation des différents interviews.
- La préparation de l'interview.
- La conduite de l'interview.
- La transcription écrite des propos oraux.
- Les particularités de l'interview réalisée pour le web.

## MODULE 4

### LA LISIBILITÉ

- La qualité d'écriture.
- Le soin apporté au vocabulaire, à la construction des phrases.
- L'art de la coupe.
- Retravailler des articles.
- La lisibilité des articles destinés au web.

## MODULE 5

### LE REPORTAGE (1)

- Présentation du genre journalistique.
- Le travail préparatoire au reportage.
- Le travail sur le terrain.
- La rédaction du reportage.
- L'enrichissement du reportage.

## MODULE 6

### L'AGILITÉ NUMÉRIQUE

- Initiation à la culture web.
- Connaître les nouveaux modes de consommation de l'information.
- Rédiger pour le web.
- La boîte à outils du journaliste numérique.
- La prise en compte de l'interactivité.

## MODULE 7

### LE PORTRAIT

- Présentation des différents types de portraits.
- Le travail préparatoire au travail du portrait.
- Le traitement de l'information dans le portrait.
- La notion d'angle dans le portrait.
- La rédaction du portrait.

## MODULE 8

### LA PHOTO

- Prise en main de l'appareil : connaître les paramètres techniques.
- Se familiariser avec les valeurs de plans.
- Les particularités de la photo de presse.
- La photo portrait, la photo reportage.
- La photo sur le web.

## MODULE 9

### LE REPORTAGE (2)

- Les techniques du reportage magazine.
- Le travail de préparation.
- Rédiger un synopsis.
- Le travail sur le terrain.
- La rédaction du reportage magazine.

## MODULE 10

### ATELIER D'ÉCRITURE

- Entraînement à la créativité.
- Travailler son style.
- Traquer tics, lourdeurs et redondances.
- Muscler ses verbes.
- Densifier son écriture.

## MODULE 11

### LE DOSSIER

- Réfléchir et travailler à plusieurs sur un même sujet.
- La construction d'un dossier.
- Le travail sur les angles majeurs et les angles complémentaires.
- La rédaction du dossier.
- Le travail d'harmonisation de l'édition.

## MODULE 12

### INDESIGN

- Découverte du logiciel de mise en pages.
- Initiation aux fonctionnalités.
- Application au secrétariat de rédaction.
- Mise en pages des productions éditoriales.
- Perfectionnement sur les fonctionnalités.

## MODULE 13

### LE JOURNAL-ÉCOLE

- Mise en situation réelle pendant une semaine : réalisation d'un journal-école type Le Parisien, Libération, 20 Minutes, etc.

## MODULE 14

### LES FAITS DIVERS

- Connaître l'organisation de la police, de la gendarmerie et de la sécurité civile.
- Le travail du fait diversier.
- Le lien avec les sources, la vérification de l'information.
- Le traitement du fait divers.
- Les particularités de l'écriture du fait divers.

## MODULE 15

### L'INFORMATION JUDICIAIRE ET LE DROIT DE LA PRESSE

- Connaître l'organisation judiciaire et administrative en France.
- Les compétences des différents tribunaux.
- Les acteurs du secteur judiciaire.
- Le traitement de l'information judiciaire.
- Les principales notions du droit de la presse.

## MODULE 16

### PODCAST, VIDÉOCAST

- Penser un sujet image pour le multimédia.
- Raconter une histoire en son et en images.
- Initiation aux techniques de prise de son.
- Initiation au reportage vidéo pour le web.
- Initiation au montage.

## MODULE 17

### L'ENQUÊTE

- Présentation du genre enquête.
- Méthodologie et technique de travail pour faire l'enquête.
- La recherche d'information pour nourrir l'enquête.
- La structuration de son article.
- La rédaction et l'édition de l'enquête.

## MODULE 18

### ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL ET RECHERCHE D'EMPLOI

- Le marché de l'emploi chez les journalistes.
- Atelier CV et entretien d'embauche.
- Démarcher pour vendre ses pages.
- S'appuyer sur le réseau.
- Utiliser les réseaux sociaux pour créer sa veille emploi.

## INITIATION

Code 94100

🕒 130 jours | 910 heures

🏆 Prix réglémenté par l'organisme financeur

## OBJECTIF

Acquérir la méthodologie et la déontologie, maîtriser les outils pour devenir journaliste multimédia.

## PUBLIC CONCERNÉ

Jeunes de moins de 26 ans ou demandeurs d'emploi de plus de 26 ans inscrits à Pôle Emploi, recrutés dans un média ou un site d'information.

## PRÉREQUIS

Avoir réussi un test d'évaluation de niveau et suivi un entretien de motivation au CFPJ.

Avoir trouvé une rédaction d'accueil.

## DIPLOME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste », option « Presse écrite et en ligne », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, V.A.E. intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

Renseignements et envoi de votre CV :

Célia ORIOL

Tél : 01.44.82.20.32

Email : coriol@cfpj.com

## RYTHME DE FORMATION

10 jours toutes les 5 semaines.  
Ouverture d'un groupe tous les 2 mois.

## TÉMOIGNAGES



**Vincent Coquaz**  
journaliste, diplômé en 2015

« La formation se caractérise par un va-et-vient entre l'entreprise et l'école qui m'a permis de gagner en confiance et aussi d'expérimenter et découvrir des aspects du métier de journaliste que je n'avais pas l'occasion de pratiquer dans ma rédaction. La formation est complète et permet de se lancer sur le marché du travail, que ce soit dans une rédac web ou papier. Et ce notamment grâce à des intervenants professionnels qui pratiquent les métiers du journalisme. »

*Crédit photo : Arrêt sur Images/DR*



**Paul-Arthur Jean Marie**  
chef de rubrique mode & lifestyle chez Gala, diplômé en 2016

« L'expérience au CFPJ est particulière. Acquérir les connaissances et les compétences pour être un bon journaliste, tout en étant partie intégrante d'une rédaction est un sérieux avantage pour démarrer sa carrière. J'ai pu voir mon évolution et mes progrès aussi bien au travail qu'en formation. Grâce aux différents intervenants, j'ai pris conscience que le journaliste est une affaire de curiosité, d'envie de communiquer une information claire et précise et surtout d'histoires de vie à raconter. »

*Crédit photo : JFD*



**Lola Cros,**  
journaliste au desk numérique de Centre-Presse, groupe Dépêche du Midi, diplômée en 2015

« Du CFPJ, je suis sortie en 2015 avec une passion, la maîtrise des fondamentaux du métier, un réseau solide, une expérience inestimable et un CDI. Apprendre et pratiquer le métier en alternance, rencontrer des confrères et consœurs de haut vol ravis de partager leurs expériences, écrire pour un média différent lors du journal-école et être portée par des formateurs aguerris : j'ai appris - et mûri - en deux ans d'alternance plus qu'imaginé. Plus qu'imaginable. L'alternance dans le journalisme trouve tout son sens sur le terrain. »

*Crédit photo : DR*

## MODULE 19

## L'INFORMATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

- Les principales notions économiques.
- Comprendre les grands enjeux économiques.
- Apprendre à chercher des angles économiques.
- Le travail sur le terrain.
- Les particularités de l'article d'information économique.

## MODULE 20

## LE JOURNAL D'APPLICATION

- Pendant deux semaines, réalisation d'un dossier, d'un numéro spécial en partenariat avec un média, avec publication ou mise en ligne.

## JURY DE FIN DE CURSUS

- Validation de la formation par un jury de professionnels.



## Journaliste de télévision

Contrat de professionnalisation de 2 ans – 28 modules

### MODULE 1

#### Les fondamentaux du journalisme

- Le message essentiel.
- L'angle.
- La hiérarchisation de l'information.

### MODULE 2

#### Sources et vérification de l'information

- Typologie des sources.
- Le travail d'agence.
- La vérification et la validation de l'information sur le web.

### MODULE 3

#### Lisibilité de l'écriture journalistique

- La qualité du texte.
- La lisibilité de l'image.
- Le rapport texte/image.

### MODULE 4

#### Le commentaire sur image

- Les règles de base.
- Atelier d'écriture à partir de dépêches.
- Le travail de la voix.

### MODULE 5

#### Initiation à la caméra HD

- Prise en main de la caméra.
- Composition de l'image.
- Le son, la lumière.

### MODULE 6

#### Tournage avec la caméra

- La caméra en reportage.
- Les principes de narration.
- La prise de vue en interview.

### MODULE 7

#### Initiation au montage numérique

- Le logiciel de montage.
- Le dérushage.
- Le plan de montage.

### MODULE 8

#### Le montage numérique

- La narration en images.
- Le choix des sonores.
- Les aspects journalistiques du montage.

### MODULE 9

#### Le reportage (1)

- La préparation.
- Le découpage en séquences.
- Le travail sur le terrain.

### MODULE 10

#### Le reportage (2)

- La conférence de rédaction.
- Tournages sur le terrain.
- Réalisation de sujets complets.

### MODULE 11

#### Technique de l'interview en reportage

- Le nombre et le choix des interlocuteurs.
- Le choix du lieu et du cadre de l'interview.
- Conserver l'essentiel d'un message.

### MODULE 12

#### Le reportage (3)

- Calage de sujets.
- Tournages.
- Montage et mixage.

### MODULE 13

#### Le reportage en magazine

- Le travail de documentation.
- Le synopsis.
- Le tournage.

### MODULE 14

#### Le reportage en magazine (4) - le plateau de situation

- Montage et mixage du magazine.
- Les règles du comportement devant la caméra.
- Distribuer l'information entre le sujet et le plateau.

### MODULE 15

#### Flashes et journaux (1)

- Écriture de brèves.
- Le travail des titres.
- La présentation en studio.

### MODULE 16

#### Flashes et journaux (2)

- La présentation des flashes.
- La conférence de rédaction.
- Réalisation d'un JT quotidien.

### MODULE 17

#### Reportage et faits divers

- Le traitement des faits divers.
- Les acteurs institutionnels.
- Reportages d'actualité.

### MODULE 18

#### Reportage et judiciaire

- Le traitement de l'information judiciaire.
- Analyse de sujets.
- Reportages sur le terrain.

### MODULE 19

#### Reportage et information politique

- L'organisation politique.
- Reportages d'actualité.
- Les institutions européennes.

### MODULE 20

#### Traitement de l'information sportive

- Les particularités du journalisme sportif.
- La déontologie appliquée à l'information sportive.
- Reportages d'actualité.

### MODULE 21

#### Reportage et information économique et sociale

- Les acteurs du monde économique et social.
- La marge de manœuvre du journaliste.
- Reportages d'actualité.

### MODULE 22

#### Environnement professionnel

- Panorama des genres journalistiques en télévision.
- Exemples comparatifs.
- Le CV du journaliste, le statut de pigiste.

### MODULE 23

#### Journal-école (1)

- Conférence de rédaction.
- Distribution des sujets.
- Production de JT quotidiens.

## INITIATION

Code 95545

🕒 130 jours | 910 heures

🏆 Prix réglementé par l'organisme financeur

## OBJECTIFS

Acquérir et maîtriser les fondamentaux du journalisme télévisé.

## PUBLIC CONCERNÉ

Jeunes de moins de 26 ans recrutés en contrat de professionnalisation dans une chaîne de télévision.  
Jeunes de moins de 26 ans.

## PRÉREQUIS

Bénéficier d'une promesse d'engagement dans une chaîne de télévision. Avoir réussi un test d'évaluation de niveau et suivi un entretien de motivation au CFPJ.

## DIPLÔME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste », option « Télévision », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, V.A.E. intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

Renseignements et envoi de votre CV :  
Célia ORIOL  
Tél : 01.44.82.20.32  
Email : coriol@cfpj.com

## TÉMOIGNAGES



**Virginie Sainsily**  
Rédactrice reporter/  
présentatrice à BFM TV,  
diplômée en 2016

« Le CFPJ m'a permis de me confronter au terrain, d'être intégrée au sein d'une rédaction et de me voir confier les mêmes missions que les titulaires. Cette formation m'a donnée confiance en moi et m'a poussée dans mes retranchements. Je pense que l'on ne cesse jamais d'apprendre. Je peux affirmer qu'à l'issue de cette formation, nous avons toutes les clés en main pour frapper à la porte de n'importe quelle rédaction. »



**Laurie Thilleman**  
Journaliste et chef  
d'entreprise,  
diplômée en 2016

« Journaliste au sein d'Eurosport depuis 3 ans, j'ai fait le choix d'intégrer le CFPJ dans le but de me perfectionner. J'ai pu apprendre à manier la caméra, la lumière, à écrire et monter mes propres sujets, préparer et présenter un JT, tout en étant capable d'assurer le rôle de chef d'édition ou de rédacteur en chef. J'ai apprécié sortir de ma zone de confort en réalisant des sujets politiques, économiques, juridiques, sociétaux. Je suis sortie de cette formation plus armée que jamais ! »



**Emmanuel Michel**  
JRI-rédacteur à M6,  
diplômé en 2007

« Je me suis senti accompagné à chaque étape de la formation, en fonction de mes compétences et de mes acquis. C'est une formation très pratique, sur le point technique, et avec du fond. La technique vient servir le sens de nos propos, notre manière de raconter une histoire. J'ai appris ça au CFPJ. Cette formation m'a préparé à la vie de journaliste. J'ai aimé fonctionner comme dans les rédactions que j'ai fréquentées depuis. »

## MODULE 24

## Journal-école (2)

- Conférence de rédaction.
- Distribution des sujets.
- Production de JT quotidiens.

## MODULE 25

## Journal d'application dans une rédaction (1)

- Rencontre avec le rédacteur en chef.
- Distribution des sujets.
- Production de reportages d'actualité.

## MODULE 26

## Journal d'application dans une rédaction (2)

- Rencontre avec le rédacteur en chef.
- Distribution des sujets.
- Production de reportages d'actualité.

## MODULE 27

## Préparation du jury

- Choix des sujets présentés.
- Préparation des sujets.
- Écriture des lancements.

## MODULE 28

## Jury de fin de cursus

- Validation de la formation par un jury de professionnels.



# Journaliste radio et en ligne

Contrat de professionnalisation de 2 ans - 20 modules

## MODULE 1

### L'acquisition des bases journalistiques

- Niveaux et seuils de lecture.
- Hiérarchie de l'information.

## MODULE 2

### L'accroissement de la lisibilité

- Écrire pour l'oreille.
- Atelier lisibilité et restructuration de papiers.

## MODULE 3

### La recherche de sources et de la vérification des informations

- Atelier de recherche de sources et de vérification des informations.
- Les sources sonores.

## MODULE 4

### Initiation au montage numérique

- Prise en main des logiciels.

### Les aspects journalistiques du montage

## MODULE 5

### Connaissance de l'environnement professionnel

- Économie des médias.
- Le statut de journaliste.

## MODULE 6

### INITIATION AUX TECHNIQUES D'ÉCRITURE

- Entraînement à la créativité.
- Écriture « à la manière de ».

## MODULE 7

### Atelier d'écriture radio

- Flashs, titres et lancements.
- Le travail de la voix : débit et intonation.

## MODULE 8

### Les techniques de prise de son

- L'utilisation du Nagra.
- Les sons d'ambiance.

## MODULE 9

### L'interview radio

- Les différents types d'interviews.
- Les différents types d'invités.

## MODULE 10

### Flashs et journaux

- Construire un conducteur.
- L'expérience du direct.

## MODULE 11

### Reportage, enquête et magazine

- Angles, formats et construction.
- Les interlocuteurs et les ambiances.

## MODULE 12

### Écriture pour le web

- Angles, formats et construction.
- Les interlocuteurs et les ambiances.

## MODULE 13

### Podcast, vidéocast

- Penser un sujet pour le multimédia.
- L'enrichissement des contenus.

## MODULE 14

### Le traitement des faits divers et du judiciaire

- Les interlocuteurs, le contexte.
- Analyse de sujets et de traitements.

## MODULE 15

### Le traitement de l'information politique et économique

- Les interlocuteurs, le contexte.
- Analyse de sujets et de traitements.

## MODULE 16

### Le traitement de l'information sportive

- Les interlocuteurs, le contexte.
- Le direct sportif à la radio.

## MODULE 17

### La maîtrise du direct

- L'improvisation.
- La gestion du stress, des incidents.

## MODULE 18

### Le travail en radio locale

- Les liens avec le tissu social.
- La nécessité de la polyvalence.

## MODULE 19

### Le journal d'application

- Production d'un journal quotidien pendant deux semaines.

## MODULE 20

### Jury de validation

- Jury de validation pour l'obtention du certificat de professionnalisation

#### INITIATION

Code 94710

🕒 120 jours | 840 heures

🏷️ Prix réglé par l'organisme financeur

#### OBJECTIFS

Acquérir les techniques de recherche de l'information, d'écriture, de rédaction radio.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Jeunes de moins de 26 ans ou demandeurs d'emploi de plus de 26 ans, recruté dans une station de radio.

#### PRÉREQUIS

Bénéficier d'une promesse d'engagement dans une station de radio. Avoir réussi un test d'évaluation de niveau et suivi un entretien de motivation au CFPJ.

#### DIPLÔME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste », option « Radio », inscrit au répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, V.A.E. intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

#### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Renseignements et envoi de votre CV :  
Célia ORIOL  
Tél : 01.44.82.20.32  
Email : coriol@cfpj.com

#### OUVERTURE D'UN GROUPE ANNUEL



# FORMATIONS À DISTANCE



## SOMMAIRE

Les parcours mobile learning	72-73
Les fondamentaux du journalisme	74
S'initier au journalisme	75
Connaître les sources d'information des journalistes	75
Réussir sa prise de notes	76
Éthique et déontologie	76
Améliorer son rewriting	77
Gagner en agilité numérique	77
Veille et recherche d'informations sur Internet	78
Vérifier les informations issues du web	78
Le droit de la presse	79
Pratiquer Twitter et Facebook	79
Trouver des angles print et web	80
Chargé(e) de communication	80

# LES PARCOURS

## LES BASES DU STORYTELLING

Storytelling, le terme occupe une jolie place au classement des buzzwords qui animent les fils de conversation sur les réseaux sociaux, les sites de communicants et les conférences branchées.

Mais qu'est-ce que le storytelling ? Est-ce efficace ? Comment ça se fabrique ? Comment l'utilise-t-on ?



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Définir le concept storytelling et identifier ses multiples utilisations
- 2- Décrypter l'outil storytelling et les éléments qui le composent
- 3- Exploiter un storytelling à plusieurs facettes

#### VOTRE EXPERT



Guillaume Lamarre  
fondateur de l'agence  
de communication Sherkan  
Conseil.

## PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

Dans notre quotidien, nous sommes tous amenés à prendre la parole, que ce soit dans un cadre professionnel comme personnel. Pour défendre un projet devant un client, faire un discours au mariage d'un ami... L'exercice paraît naturel pour certains, insurmontable pour d'autres.



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Se préparer et lancer son intervention
- 2- Rendre inoubliable sa prise de parole
- 3- Adapter sa prise de parole en fonction de la situation

#### VOTRE EXPERT



Fabrice Daverio  
coach et formateur  
en communication.

## ÉCRIRE POUR ÊTRE LU

À l'heure de Facebook, YouTube, Snapchat, l'écrit n'a pourtant jamais pris autant de place. Chacun éprouve un besoin de s'exprimer, quel que soit son canal de diffusion. S'il est naturel de s'exprimer, il est contre-intuitif d'écrire pour être lu. Cette prépondérance de l'écrit s'accompagne d'une augmentation de l'exigence. Maîtriser les techniques d'écriture vous permettra d'émerger dans l'infobésité et de faire passer vos informations.



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Décoder l'écriture informative
- 2- Soigner son style
- 3- Jouer avec les nouveaux formats éditoriaux

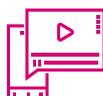
#### VOTRE EXPERT



Anne Pichon  
journaliste indépendante  
print et web.

## PILOTER COMME UN SOCIAL MEDIA MANAGER (SMM)

Parce qu'une e-réputation est aujourd'hui plus importante qu'une réputation, le Social Media Manager est là pour gérer toutes les prises de parole numériques d'une marque. L'intervention du SMM s'intègre dans le cadre d'une stratégie de communication globale et s'illustre dans la conception d'une stratégie digitale.



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Décrypter le projet numérique du SMM
- 2- Connaître les outils du SMM
- 3- Incarner sa marque auprès de sa communauté et des influenceurs

#### VOTRE EXPERT



Ambre Frandsen,  
journaliste, spécialiste de  
contenus digitaux, consultante  
en médias sociaux.

# VIDÉO

## FILMER AVEC UN SMARTPHONE

Filmer avec son smartphone est devenu incontournable :

capter un instant de la vie personnelle, suivre un évènement ou une actualité en direct. Même les chaînes de télévision se sont équipées de smartphones afin de réaliser des reportages en complément des caméras professionnelles.



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Explorer les techniques de la narration vidéo
- 2- Utiliser le bon kit matériel pour filmer
- 3- Préparer son tournage et scénariser la vidéo
- 4- Maîtriser l'art du montage

### VOTRE EXPERT



Philippe Gammaire,  
journaliste formateur,  
spécialiste du Mojo  
(mobile journalism).

## LES RELATIONS PUBLIQUES, ÇA S'APPREND

Relations publiques (ou RP), chacun identifie le terme, mais souvent sans bien comprendre comment cela se pratique et quelles compétences cela mobilise. D'autant que la discipline a beaucoup changé avec l'émergence des média sociaux, qui ont donné un rôle croissant aux stratégies relationnelles dans les plans de communication intégrés.



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Les RP et leur environnement
- 2- Les RP en pratique
- 3- La boîte à outils des RP

### VOTRE EXPERT



Audrey Rousseau  
directrice générale adjointe  
d'Ogilvy PARIS Influence  
& Réputation

## FAIRE DU LOBBYING EN FRANCE

Dans un pays où le cadre légal est très présent, voici une présentation du métier et des pratiques du lobbyiste, dont la mission est de préparer l'avenir de l'entité qui l'emploie.



### LE PROGRAMME DU PARCOURS

- 1- Délimiter le périmètre du lobbying
- 2- Les outils du Lobbying
- 3- Le lobbying en pratique

### VOTRE EXPERT



Anne-Sophie Brousseau,  
conseil en communication  
institutionnelle, de crise  
et d'influence



Des évaluations pour garantir la montée en compétences



Interviews d'experts, quiz de validation des connaissances...



Un forum de discussion pour échanger avec ses pairs et les experts CFPJ



Une attestation de réussite et une recommandation LinkedIn

**Durée des  
parcours : 1h30  
12 modules  
d'environ 3 min**

**Tarif : 44,99 € TTC**

**Toutes les nouveautés sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)**

# Les fondamentaux du journalisme



Cette formation entièrement à distance permet de se familiariser avec le monde des médias, de découvrir les différentes étapes de la démarche journalistique et de se poser les bonnes questions avant d'écrire un article.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Classe à distance en direct

- Introduction à votre parcours de formation.

### 3- Parcours VOD : Good morning la presse

- Chapitre 1 : Panorama de la presse.
- Chapitre 2 : Connaître l'histoire de la presse.
- Chapitre 3 : Découvrir le quotidien d'un journaliste.
- Chapitre 4 : S'immerger dans les différentes typologies de presse.
- Chapitre 5 : Découvrir des médias moins connus qui vendent pourtant des millions d'exemplaires.
- Chapitre 6 : Découvrir les relations journalisme/publicité.
- Chapitre 7 : Connaître la valeur d'une marque média.

### 4- Document à télécharger

- Comment les journalistes s'informent-ils ?

### 5- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent ?

### 6- Travaux pratiques personnels

### 7- Classe en direct à distance

- Correction sur mesure des travaux pratiques personnels.

### 8- Document à télécharger

- Gérer les relations aux sources.

### 9- Document à télécharger

- Vérifier ses sources et croiser les informations.

### 10- Classe en direct à distance

- Rechercher sur le web.

### 11- Travaux pratiques personnels

### 12- Document à télécharger

- Les principes de la découvrabilité et des bulles de filtre.

### 13- Classe en direct à distance

- Décrypter un contenu pour valider ses sources.

### 14- Vidéo

- Les réseaux sociaux expliqués par la théorie du beignet.

### 15- Vidéo

- Pourquoi utiliser Twitter et Facebook dans sa pratique professionnelle ?

### 16- Vidéo

- Structurer votre veille, c'est possible !

### 17- Classe en direct à distance

- Pratiquer une veille et une curation efficaces.

### 18- Documents à télécharger

- Utiliser les réseaux sociaux pour cibler sa veille et la rendre plus efficace.

### 19- Travaux pratiques personnels

### 20- Classe en direct à distance

- Correction des travaux personnels et compléments.

### 21- Vidéos

- Détecter les fake news, utiliser les réseaux sociaux pour trouver des informations.

### 22- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 23- Travaux pratiques personnels

### 24- Classe en direct à distance

- Correction sur mesure des travaux pratiques personnels.

### 25- Documents à télécharger

- La place de la déontologie dans la collecte d'information.

### 26- Parcours VOD – Écrire pour être lu, ça s'apprend !

- Chapitre 1 : Décoder l'écriture informative.
- Chapitre 2 : Soigner son style.
- Chapitre 3 : Jouer avec les nouveaux formats éditoriaux.

### 27- Documents pédagogiques à télécharger

### 28- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 29- Travaux pratiques personnels

### 30- Classe en direct à distance

- Correction des travaux personnels et compléments.

### 31- Classe en direct à distance

- Acquérir une démarche générale de recherche d'angles, exercices en direct.

### 32- Travaux pratiques personnels

### 33- Classe en direct à distance

- Correction travaux personnels et compléments.

### 34- Documents à télécharger

- Découvrir les genres journalistiques.

### 35- Classe en direct à distance

- Le travail de terrain.

### 36- Travaux pratiques personnels

### 37- Classe en direct à distance

- Corrections travaux personnels et compléments.

### 38- Validation des acquis.

### 39- Classe en direct à distance

- Restitution des résultats.

## INITIATION

Code : 43134

11 jours | 77 h

Prix HT : 2070 €

## OBJECTIFS

Découvrir l'univers des médias, la vie d'une rédaction. Connaître les étapes principales de la démarche journalistique, des sources à la publication. Travaux pratiques avec corrections collectives et personnalisées.

## PRÉREQUIS

S'intéresser à l'actualité, avoir le projet de se lancer dans le journalisme.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public en France et dans les pays francophones.

Dokelio : 059763

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: quiz, classe à distance en direct, e-ressources, documents pédagogiques, exercices de terrain avec corrections collectives et personnalisées.

## SESSIONS

Paris

28 janvier au 7 juin 2019

26 août au 20 décembre 2019

En partenariat avec



## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# S'initier au journalisme

Connaître l'environnement professionnel des journalistes et les méthodes de travail.

DIGITAL

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Parcours VOD : Good morning la presse.

- Panorama de la presse.
- Connaître l'histoire de la presse.
- Découvrir le quotidien d'un journaliste.
- S'immerger dans les différentes typologies de presse.
- Découvrir des médias moins connus qui vendent pourtant des millions d'exemplaires.
- Découvrir les relations journalisme/publicité.
- Connaître la valeur d'une marque média.

### 3- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 4- Parcours VOD – Écrire pour être lu, ça s'apprend !

- Chapitre 1 : Décoder l'écriture informative.
- Identifier les fondamentaux de l'écriture informative.
- Chapitre 2 : Soigner son style.

- Identifier les éléments sur lesquels s'appuyer pour muscler son style.
- Chapitre 3 : Jouer avec les nouveaux formats éditoriaux.
- Identifier les étapes pour penser son sujet en amont afin de le publier sur plusieurs canaux de diffusion.

### 5- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 6- Travaux pratiques personnels.

### 7- Classe en direct à distance

- Correction des travaux personnels et compléments.

### 8- Classe en direct à distance

- Découvrir les règles déontologiques du métier de journaliste.

### 9- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 43110

3 jours | 21 heures

Prix HT : 995 €

## OBJECTIFS

Découvrir les savoir-faire et le savoir-être du journaliste. Comprendre les méthodes de travail des journalistes.

## PRÉREQUIS

Être amené à découvrir l'univers de la presse.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Dokelio : 024407

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance.

## SESSIONS

Paris

29 mai au 14 juin 2019

30 octobre au 15 novembre 2019

En partenariat avec



# Connaître les sources d'information des journalistes

Repérer les sources, valider les informations, entretenir son réseau et déjouer les fake news.

DIGITAL

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Document à télécharger

- Comment les journalistes s'informent-ils ?

### 3- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ce document et les questions qui en découlent.

### 4- Travaux pratiques personnels

### 5- Classe en direct à distance

- Correction sur mesure des travaux pratiques personnels.

### 6- Document à télécharger

- Gérer les relations aux sources.

### 7- Document à télécharger

- Vérifier ses sources et croiser les informations.

### 8- Module VOD

- Détecter les fake news, utiliser les réseaux sociaux pour trouver des informations.

### 9- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 10- Travaux pratiques personnels

### 11- Classe en direct à distance

- Correction sur mesure des travaux pratiques personnels.

### 12- Documents à télécharger

- La place de la déontologie dans la collecte d'information.

### 13- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 43113

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1020 €

## OBJECTIFS

Découvrir comment les journalistes travaillent avec leurs sources. Comprendre comment vérifier ses informations.

Connaître la démarche déontologique qui accompagne la relation aux sources.

## PRÉREQUIS

Il est nécessaire d'avoir une expérience dans la recherche et la vérification d'informations.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Dokelio : 024415

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques : classe à distance synchrone, e-ressources, modules VOD, travaux personnels avec correction.

## SESSIONS

Paris

6 au 23 mai 2019

2 au 19 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réussir sa prise de notes

DIGITAL

S'initier à cette technique pour que ses notes soient fiables et réexploitables dans la durée.

## PROGRAMME

- 1- Questionnaire amont**
  - Évaluation de votre niveau avant la formation.
- 2- Document à télécharger**
  - Préparer sa prise de notes.
- 3- Document à télécharger**
  - Prendre des notes.
- 4- Module VOD**
  - Connaître des techniques pour réussir sa prise de notes.
- 5- Classe à distance en direct**
  - Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent. Réalisation d'un exercice en direct.

## 6- Document à télécharger

- Exploiter ses notes.

## 7- Classe à distance en direct

- Aborder les questions déontologiques autour de la prise de notes.

## 8- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 43112BL

1 jour | 7 heures

Prix HT : 560 €

## SESSIONS

Paris

4 au 12 février 2019

26 août au 3 septembre 2019

## OBJECTIFS

Connaître plusieurs techniques de prise de notes.

Choisir le bon outil de prise de notes selon les conditions du terrain.

Exploiter ses notes dans la durée.

## PRÉREQUIS

Être amené à prendre des notes en reportage, en réunion, en conférence, etc.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024411

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, communauté d'apprenants, VOD, e-ressources.

# Éthique et déontologie

DIGITAL

Intégrer ces principes dans sa pratique professionnelle pour mieux faire face aux enjeux du journalisme.

## PROGRAMME

- 1- Questionnaire amont**
  - Évaluation de votre niveau avant la formation.
- 2- Classe en direct à distance**
  - Découvrir la dimension éthique et déontologique du métier de journaliste.
- 3- Document à télécharger**
  - La charte des journalistes, texte fondateur.
- 4- Quiz d'application pratique**
- 5- Classe en direct à distance**
  - Faire le point sur les apports de ce document et les questions qui en découlent, correction du quiz.
- 6- Classe en direct à distance**
  - Mettre en application les principes déontologiques dans toute sa démarche journalistique.

## 7- Quiz d'application pratique

## 8- Classe en direct à distance

- Correction du quiz et compléments.

## 9- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 48026BL

1 jour | 7 heures

Prix HT : 590 €

## SESSIONS

Paris

3 au 14 juin 2019

14 au 25 octobre 2019

## OBJECTIFS

Connaître les droits et les devoirs des journalistes.

Connaître les textes donnant des lignes déontologiques à la profession.

Appliquer ces principes éthiques dans sa pratique journalistique.

## PRÉREQUIS

Avoir une expérience journalistique de un à deux ans minimum.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024444

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, e-ressources, travaux personnels corrigés, communauté d'apprenants.

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Améliorer son rewriting



Formation entièrement à distance pour maîtriser les techniques de réécriture afin d'enrichir, compléter, simplifier et dynamiser ses écrits.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Parcours VOD – Écrire pour être lu, ça s'apprend !

- Chapitre 1 : Décoder l'écriture informative.
- Chapitre 2 : Soigner son style.
- Chapitre 3 : Jouer avec les nouveaux formats éditoriaux.

### 3- Classe à distance en direct

- Pour faire le point sur les apports du parcours VOD et répondre aux questions qui en découlent.

### 4- Classe à distance en direct

- Identifier les raisons de la réécriture, connaître les logiques de structure.

### 5- Classe à distance en direct

- Affiner le vocabulaire soigner les enchaînements pour raconter une histoire.

### 6- Classe à distance en direct

- Muscler les attaques, surveiller les chutes.

### 7- Classe à distance en direct

- Respecter le rapport titre-photo.

### 8- Classe à distance en direct

- Articuler la titraille.

### 9- Travaux pratiques personnels

### 10- Classe à distance en direct

- Correction des travaux pratiques personnels.

### 11- Classe à distance en direct

- S'initier à la correction ortho-typo et l'appliquer dans les articles.

### 12- Classe à distance en direct

- Utiliser la ponctuation à bon escient.

### 13- Classe à distance en direct

- Vérifier les informations de l'article.

### 14- Travaux pratiques personnels

### 15- Classe à distance en direct

- Correction des travaux pratiques personnels.

### 16- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43033BL

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1350 €

## OBJECTIFS

Déterminer quand il est nécessaire de réécrire un papier.

Appliquer un style rédactionnel à un article.

Retravailler un article sans le dénaturer.

## PRÉREQUIS

Avoir une pratique de l'écriture journalistique.

Code DOKÉLIO : 024576

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, e-ressources, VOD, travaux personnels corrigés, communautés d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

7 janvier au 15 février 2019

9 septembre au 18 octobre 2019

# Gagner en agilité numérique



Se familiariser avec le digital pour se sentir à l'aise dans son travail de production de contenus.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Document à télécharger : l'ABCdaire du numérique

### 3- Parcours VOD – Marre d'être has-been !

### 4- Classe à distance en direct

- Pour faire le point sur les apports du parcours VOD et répondre aux questions qui en découlent.

### 5- Classe à distance en direct

- Identifier les raisons de la réécriture, connaître les logiques de structure.

### 6- Classe à distance en direct

- Naviguer sur Internet.

### 7- Document à télécharger

- Chercher sur le web.

### 8- Module VOD

- Comment vérifier les informations que l'on trouve sur les supports numériques ?

### 9- Travaux pratiques personnels

### 10- Classe à distance en direct

- Correction des travaux pratiques personnels

### 11- Module VOD

- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?

### 12- Classe à distance en direct

- Publier sur le web.

### 13- Module VOD

- Comment un journaliste peut-il utiliser les réseaux sociaux comme source d'informations ?

### 14- Classe à distance en direct

- Participer sur le web.

### 15- Travaux pratiques personnels

### 16- Classe à distance en direct

- Correction des travaux pratiques personnels.

### 17- Classe à distance en direct

- Protéger ses données, sécuriser ses sources.

### 18- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 46015BL

2 jours | 14 heures

Prix HT : 965 €

## OBJECTIFS

Connaître le vocabulaire usuel d'Internet.

S'initier aux outils nécessaires pour être à l'aise dans son utilisation du web.

Chercher et publier sur le web.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la bureautique. Disposer d'une bonne connexion à l'Internet filaire.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024412

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, e-ressources, VOD, travaux personnels corrigés, communauté d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

4 mars au 12 avril 2019

12 novembre au 20 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Veille et recherche d'informations sur Internet



Mettre en place une veille efficace, vérifier les informations, débusquer les fake news.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Classe en direct à distance

- Rechercher sur le web.

### 3- Travaux pratiques personnels

### 4- Document à télécharger

- Les principes de la découvrabilité et des bulles de filtre.

### 5- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent, correction du quiz.

### 6- Classe en direct à distance

- Décrypter un contenu pour valider ses sources.

### 7- Documents à télécharger

- Détecter plagiats et déjouer les fake news.

### 8- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

## 9- Module VOD

- Structurer votre veille, c'est possible !

### 10- Classe en direct à distance

- Pratiquer une veille et une curation efficace.

### 11- Documents à télécharger

- Utiliser les réseaux sociaux pour cibler sa veille et la rendre plus efficace.

### 12- Travaux pratiques personnels

### 13- Classe en direct à distance

- Correction des travaux personnels et compléments.

### 14- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 46000BL

2 jours | 14 heures

Prix HT : 860 €

## OBJECTIFS

Maîtriser les outils de recherche et de tri de l'information sur le web et les réseaux sociaux.  
Déterminer les critères d'une source d'information fiable.  
Mettre en place une veille d'information ciblée.

## PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière du web.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024413

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, e-ressources, VOD, travaux personnels corrigés, communauté d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

1<sup>er</sup> au 19 avril 2019

4 au 22 novembre 2019

# Vérifier les informations issues du web



Identifier l'origine des informations trouvées sur le web pour déjouer fake news et tentatives de manipulation.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Classe en direct à distance

- Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus.

### 3- Travaux pratiques personnels

### 4- Classe en direct à distance

- Correction des travaux personnels et compléments.

### 5- Documents à télécharger

- Découvrir les principes de la découvrabilité et des bulles de filtre.

### 6- Classe en direct à distance

- Contextualiser et recouper l'information.

### 7- Documents à télécharger

- Authentifier une image, une vidéo.

### 8- Documents à télécharger

- Détecter les plagiats et déjouer les fake news.

## 9- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 10- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 46063BL

1 jour | 7 heures

Prix HT : 560 €

## OBJECTIFS

Identifier la crédibilité d'une source.  
Repérer les indices qui doivent mettre la puce à l'oreille.  
Porter une attention particulière sur les images et les vidéos.

## PRÉREQUIS

Avoir une utilisation quotidienne d'Internet et des réseaux sociaux.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024414

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, e-ressources, travaux personnels corrigés, communauté d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

28 janvier au 8 février 2019

9 au 20 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Le droit de la presse



Connaître les risques juridiques et judiciaires, au pénal et au civil, lors de la diffusion de contenus.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Classe en direct à distance

- Introduction au droit de la presse : les grands principes à connaître.

### 3- Modules VOD

- Se familiariser avec les notions majeures du droit de la presse.
- Connaître les critères de la diffamation et de l'injure.
- Connaître les principes et l'application de la présomption d'innocence.
- Préciser les conditions du droit de réponse.

### 4- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 5- Classe en direct à distance

- Études de cas et travaux pratiques.

### 6- Classe en direct à distance

- Le journaliste et le secret.

### 7- Documents à télécharger

### 8- Classe en direct à distance

- Études de cas et travaux pratiques.

### 9- Documents à télécharger

### 10- Classe en direct à distance

- Études de cas et travaux pratiques.

### 11- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 48000BL

2 jours | 14 heures

Prix HT : 910 €

## OBJECTIFS

Connaître les critères de la diffamation et de l'injure.  
Connaître les principes et le cadre de l'application de la présomption d'innocence.  
Connaître les conditions du droit de réponse.

## PRÉREQUIS

Avoir publié plusieurs sujets.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024440

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques : classe à distance synchrone, e-ressources, quiz amont/aval, modules VOD, communauté d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

28 mai au 17 juin 2019

24 septembre au 11 octobre 2019

# Pratiquer Twitter et Facebook



Utiliser ces deux réseaux sociaux incontournables dans la pratique quotidienne pour trouver des informations, pousser des contenus.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Modules VOD

- Les réseaux sociaux expliqués par la théorie du beignet (1 et 2).

### 3- Module VOD

- Pourquoi utiliser Twitter et Facebook dans sa pratique professionnelle ?

### 4- Module VOD

- Quelles compétences nouvelles les réseaux sociaux amènent-ils à développer ?

### 5- Module VOD

- Twitter : comment se lancer ?

### 6- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 7- Classe en direct à distance

- Utiliser Twitter et ses outils complémentaires, exercices en direct.

### 8- Classe en direct à distance

- Utiliser Facebook et ses outils complémentaires, exercices en direct.

### 9- Classe en direct à distance

- S'appuyer sur les réseaux sociaux pour élargir son offre éditoriale.

### 10- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 46037BL

2 jours | 14 heures

Prix HT : 860 €

## OBJECTIFS

Intégrer la typologie de ces réseaux sociaux.  
Découvrir les fonctionnalités principales et possibilités offertes par ces réseaux sociaux.  
Comprendre les mécanismes de la viralité.

## PRÉREQUIS

Avoir un compte Twitter et une page Facebook même inactifs.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024424

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance, variant les modalités pédagogiques : classe à distance synchrone, quiz amont/aval, modules VOD, exercices en direct, communauté d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

8 au 23 avril 2019

26 août au 10 septembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Trouver des angles print et web



S'initier aux techniques de créativité pour trouver des angles qui intéressent le lecteur, quel que soit le support.

## PROGRAMME

### 1- Questionnaire amont

- Évaluation de votre niveau avant la formation.

### 2- Modules VOD

- Décoder l'écriture informative.
- Quels sont les ressorts du lecteur ?
- Comment formuler l'essentiel ?
- À quoi sert un angle ?
- Comment trouver le bon angle ?

### 3- Document à télécharger

- Les règles de l'angle.

### 4- Classe en direct à distance

- Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent.

### 5- Classe en direct à distance

- Acquérir une démarche générale de recherche d'angles, exercices en direct.

### 6- Travaux pratiques personnels

### 7- Classe en direct à distance

- Correction travaux personnels et compléments.

### 8- Classe en direct à distance

- L'importance de la conférence de rédaction et du synopsis.

### 9- Travaux pratiques personnels

### 10- Classe en direct à distance

- Correction travaux personnels et compléments.

### 11- Classe en direct à distance

- Intégrer des techniques pour trouver des angles.

### 12- Questionnaire aval

- Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

## INITIATION

Code : 43011BL

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1020 €

## OBJECTIFS

Comprendre la notion d'angle.  
Utiliser différentes techniques pour trouver des angles.  
Décliner son sujet en angles différents pour chaque support.

## PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de l'écriture.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024410

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation entièrement à distance : classe à distance synchrone, quiz amont/aval, e-ressources, VOD, travaux corrigés, communauté d'apprenants.

## SESSIONS

Paris

9 au 29 mai 2019

19 septembre au 4 octobre 2019

# Chargé(e) de communication



Acquérir les techniques et les meilleures pratiques pour mettre en oeuvre la politique de communication.

## PROGRAMME

### Préparer et réussir ses actions de communication : les fondamentaux

- Mettre en place un plan d'action : les 6 premières étapes.
- Réussir sa prise de parole.
- Maîtriser ses communications écrites.

### Éditer ses publications

- Se former aux fondamentaux du secrétariat de rédaction.
- Relire et corriger un papier.
- Illustrer et titrer.

### Développer de bonnes relations avec les médias

- Intégrer les règles de la communication avec les médias.
- Rédiger de meilleurs communiqués de presse.
- Construire un dossier de presse efficace.
- Intégrer les fondamentaux du droit de la presse et de l'image.

### Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication

- Préparer les évaluations des actions de communication.
- Mettre en place son plan de communication : les 7 dernières étapes.
- Travailler avec des prestataires internes et externes.

### Écrire pour le web

#### Communication de crise

- Préparer une base d'outils.
- Mettre en place ses relations publiques de crise.

## OBJECTIFS

Préparer et réussir ses actions de communication.  
Écrire et éditer pour le papier et le web.  
Développer ses relations médias.  
Travailler avec des prestataires et évaluer des actions de communication.  
Gérer une crise.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne se préparant à la prise de fonction de chargé de communication ou souhaitant élargir ses compétences.

Dokelio : 11271

## SESSIONS

Formation 100 % distanciel asynchrone.  
Plus d'informations sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# DIGITALISATION DE VOS PARCOURS FORMATION ?



## FAITES CONFIANCE À ABILWAYS

- Nous disposons d'un pôle spécialisé en **pédagogie digitale** afin de vous proposer les **modalités pédagogiques** les plus adaptées à vos problématiques.
- Nous intégrons toute la **chaîne de création** d'un parcours formation en ligne :



CONCEPTION PÉDAGOGIQUE



RÉALISATION TECHNIQUE



DÉPLOIEMENT



ANIMATION

Que vous souhaitiez déployer des contenus mobiles adaptés à la stratégie de votre entreprise, moderniser des contenus existants à l'heure du digital ou sensibiliser votre organisation sur une thématique précise et booster l'engagement de vos collaborateurs, nous avons la solution !

### Grâce au digital learning by ABILWAYS :

- + **simplifiez vos parcours de formation** et **rendez-les accessibles à tous et à tout moment** via une rapidité de déploiement à toute épreuve, dans une logique " **Mobile First** ".
- + formez **efficacement** vos collaborateurs de **manière interactive** sur **différentes thématiques**.
- + transformez votre entreprise en **organisation apprenante** !

## LES BÉNÉFICES DU DIGITAL LEARNING



**Booster  
l'engagement et  
l'adhésion** de vos  
collaborateurs



**Évaluer facilement  
les compétences  
acquises** grâce à des  
reportings



**Harmoniser les  
connaissances internes**  
de vos collaborateurs



**Transformer votre  
entreprise** en  
organisation apprenante



**Pour digitaliser vos parcours formation, contactez-moi :**

Laetitia BENET

Digital learning Ambassador

01 43 72 72 19

sur [mesure@abilways.com](mailto:mesure@abilways.com) ou rendez-vous sur [www.abilways.com](http://www.abilways.com)

02

**FORMATIONS  
POUR LES  
JOURNALISTES**



## SOMMAIRE

DIGITAL	84
TECHNIQUES DE RÉDACTION	105
TÉLÉVISION	115
RADIO	128
CONTENUS ET THÉMATIQUES	135
MANAGEMENT	142

# DIGITAL



Le formateur nous a fait travailler sur des applis très simples, ça a levé mes freins par rapport à la technique. Je me sens complètement autonome maintenant pour faire des vidéos avec mon smartphone, en complément de ma pige papier.

**Adrien**  
**Pigiste print et web**

Participant à la formation Filmer avec son smartphone page 187

# Enquête, sources et fact checking sur le web et les réseaux sociaux

Vérifier ses informations, appliquer des techniques de fact-checking, déjouer les fake news.

## PROGRAMME

### Reconnaître et débusquer les fake news

- Distinguer fake news et information erronée.
- Comprendre le fonctionnement et la propagation des fake news.
- Évaluer une info et la réputation d'un site.

### Infiltrer les communautés sur les réseaux sociaux

- Passer du temps sur les pages de soutien, groupes, événements...
- Les techniques d'approches discrètes sur Facebook et Twitter.
- Pister une personne sur le web pour en savoir plus sur son profil.

### Infiltrer les forums spécialisés

- Reconnaître et infiltrer les forums.
- Contacter les sources.

### Décrypter les messages, les images et les vidéos

- Croiser et vérifier ses sources, vérifier une identité.
- Analyser les métadonnées d'un document.
- Les techniques et outils de vérification d'image et de vidéo.

### Appliquer le fact checking

- Vérifier la parole politique.
- Trouver des sources institutionnelles et s'appuyer sur le big data pour confronter déclarations et faits.

### Réaliser un sujet dans une démarche de fake news

- Débusquer une parole douteuse ou une fake news.
- Appliquer les méthodes et outils de vérification.

### Exercices pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45063

3 jours | 21 heures  
Prix HT : 1310 €

### OBJECTIFS

Débusquer les fake news. Vérifier toute information, image ou vidéo. Réaliser des sujets dans une démarche de fact checking.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du journalisme.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024425

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, mise en situation concrète.

## SESSIONS

Paris

7 au 9 janvier 2019  
27 au 29 mai 2019  
16 au 18 octobre 2019  
20 au 22 janvier 2020

# Veille et recherche d'informations sur Internet

Mettre en place une veille efficace, vérifier les informations, débusquer les fake news.



## PROGRAMME

### Rechercher sur le web

- Connaître les moteurs de recherche généralistes et spécialisés.
- Mesurer l'importance de la syntaxe des recherches.
- Découvrir les principes de la découvrabilité et des bulles de filtre.
- Maîtriser les paramètres de recherche avancés.
- Identifier les critères d'indexation et découvrir le référencement.
- Défricher les forums comme sources d'information.
- Trouver des versions archivées ou cachées des sites et articles modifiés.

### Vérifier la fiabilité d'une source et déjouer les fakewebs

- Croiser et vérifier ses sources, vérifier une identité.
- Analyser un domaine, sa fiabilité, les indices suspects et découvrir son propriétaire.
- Déjouer les fake news avec les bons outils.

### Agréger ses sources d'information dans un outil de veille sur mesure

- Organiser ses favoris.
- Structurer sa veille.
- Ordonner sa veille sur Tweetdeck, la restructurer dans l'urgence.
- Dénicher et s'abonner à des sources d'informations sur Facebook.

### Pratiquer une veille web et sociale efficace

- Compléter sa veille personnelle sur tous les supports.
- Évaluer les opportunités et les écueils de sa veille et la corriger.
- Réaliser une production web grâce aux outils personnalisés mis en place.

### Exercices pratiques

## INITIATION

Code : 46000

2 jours | 14 heures  
Prix HT : 1070 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les outils de recherche et de tri de l'information sur le web et les réseaux sociaux. Déterminer les critères d'une source d'information fiable. Mettre en place une veille d'information ciblée.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière sur le web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024413

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, applications concrètes, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

7-8 février 2019  
4-5 juillet 2019  
18-19 septembre 2019  
4-5 novembre 2019  
30-31 janvier 2020

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 78

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Vérifier les informations issues du web

Identifier l'origine des informations trouvées sur le web pour déjouer fake news et tentatives de manipulation.

## PROGRAMME

### Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus

- Remonter à la source d'un User Generated Content.
- Analyser les profils d'internautes sur les réseaux sociaux.
- Entrer en contact.
- Exploiter des outils de vérification des informations distillées sur les réseaux sociaux.
- Recueillir, sélectionner et vérifier les informations en appliquant les règles déontologiques.
- Atelier : analyse d'exemples récents de l'actualité.

### Contextualiser et recouper l'information

- Examiner le contexte de publication d'une information sur le web.
- Comprendre les principes de la découvrabilité et des bulles de filtre.

- Identifier les indices de géolocalisation et de datation.
- Faire appel au crowdsourcing. Mises en situation pratique de validation d'information.

### Authentifier une image, un vidéo

- Maîtriser les moteurs de recherche d'images.
- Repérer les critères qui permettent de douter d'une image : localisation, date, auteur, mode de diffusion, etc.
- Exploiter les données Exif.
- Vérifier l'authenticité d'une vidéo avec des outils disponibles en ligne.

### Repérer les fake news

- Identifier les rumeurs.
- Déceler les fake news.
- Repérer le piratage.
- Déjouer les pièges.
- Applications pratiques à partir de cas concrets.

## INITIATION

Code : 46063

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Identifier la crédibilité d'une source. Repérer les indices qui doivent mettre la puce à l'oreille. Porter une attention particulière sur les images et les vidéos.

### PRÉREQUIS

Avoir une utilisation quotidienne d'Internet et des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024414

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mises en situation à partir de cas tirés de l'actualité, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

- 1<sup>er</sup> février 2019
- 13 mai 2019
- 4 octobre 2019
- 3 février 2020

### FORMATS AU CHOIX : présentiel ou blended

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 80

# Dompter son téléphone

Ré-approprier la fonction téléphone de son smartphone pour informer vite et bien.

NEW

## PROGRAMME

### Gagner en rapidité et originalité pour nourrir et vérifier une information

- Faire du téléphone un réflexe systématique : mails, SMS et réseau sociaux atteignent vite leur limite.
- Identifier les interlocuteurs pertinents et trouver leur numéro de téléphone.
- Procéder par cercle concentrique : par le fixe, franchir le standard.
- Organiser son répertoire pour le rendre efficace.

### Mise en situation

- Recherche express d'un interlocuteur et de son numéro de téléphone.

### Interagir efficacement avec un interlocuteur

- Être à l'aise pour ne pas se faire raccrocher au nez.
- Oser affronter la voix de l'autre (humour, humilité, clarté de la demande).
- Utiliser les rebonds de la conversation pour identifier de nouvelles idées d'angle, ouvrir les guillemets et produire de l'information exclusive grâce à un coup de fil.

### Mise en situation

- Conversation téléphonique pour angler un communiqué de presse ou enrichir une info du jour qui circule en boucle sur les réseaux sociaux.

## INITIATION

Code : 46190

- 1/2 journée | 4 heures
- Prix HT : 395 €

### OBJECTIFS

Faire de la recherche d'interlocuteurs téléphonique un réflexe de base pour vérifier, enrichir une information. Mettre en confiance son interlocuteur et rechercher la plus-value informative dans la conversation.

### PRÉREQUIS

Être amené à rédiger des articles sans se déplacer, dans une contrainte de temps réduite.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 058089

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mise en situation concrète, jeux de rôles.

## SESSIONS

Paris

- 22 mars 2019
- 13 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Les outils du web au service de l'enquête



Mettre en place une démarche poussée de veille et de recherche d'informations sur le numérique au profit d'un travail de Journaliste Assisté par Ordinateur.

## PROGRAMME

### Maîtriser la recherche sur le web

- Comprendre la logique du référencement d'un moteur de recherche.
- Optimiser son utilisation des moteurs de recherche.
- Intégrer les alertes Google.

### Exploiter les réseaux sociaux

- Utiliser Twitter pour la veille en temps réel.
- Renforcer sa connaissance et son utilisation de Facebook.
- Apprivoiser les réseaux sociaux.

### Vérifier une information

- Connaître les limites de l'information en ligne.
- Identifier sa source.
- Vérifier l'authenticité d'une image.

## Exploiter les sources

### d'information propres au web

- Explorer les ressources de l'open data.
- Se renseigner sur des sites et des adresses IP.
- Fouiller dans le passé des sites Internet.
- Se familiariser avec Reddit et 4chan.
- Maîtriser les coulisses de Wikipédia.
- Naviguer sur le darkweb.
- Comprendre l'intérêt du crowdsourcing.

### Ateliers pratiques à partir des travaux des participants

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46077

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1595 €

### OBJECTIFS

Maîtriser la recherche sur Internet. Exploiter les réseaux sociaux. Exploiter aux mieux les outils numériques pour nourrir son enquête journalistique.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique aguerrie d'Internet.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024553

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, applications concrètes à partir des cas apportés par les participants, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

11 au 13 juin 2019  
6 au 8 novembre 2019

# Protéger ses sources, sécuriser ses données

Découvrir les outils permettant d'échanger confidentiellement avec une source et de protéger son travail.

## PROGRAMME

### Échanger des données dans un environnement numérique

- Identifier les enjeux de l'échange et du stockage de données numériques.
- Connaître le cadre juridique et la déontologie de la protection des sources.
- Appréhender les vulnérabilités de la communication en ligne.
- Recueil d'informations en ligne : attention aux « failles » du web.
- Le développement des plateformes de « leaks » et la gestion des sources anonymes.
- Atelier d'analyse de risques sur les équipements des participants.

### Appliquer des principes de sécurité numérique

- Comprendre le réseau : client-serveur, maillage Internet, point d'interception.
- Évaluer un contexte : les bonnes questions à se poser.
- Éléments de terminologie : données et métadonnées, anonymiser, chiffrer, authentifier.

## Techniques et outils à mettre en œuvre

- Connaître mesures de bon sens et précautions de base.
- Être sensibilisé aux précautions à prendre avec les réseaux sociaux.
- Sécuriser et/ou anonymiser sa navigation sur Internet, lors d'un reportage sur le terrain, en voyage.
- Protéger ses communications par chat, par email.
- Protéger ses données et ses métadonnées.
- Découvrir TOR et VPN : intérêt, utilisation, limites.
- Atelier d'anonymisation de fichiers et de protection des données.

## INITIATION

Code : 46090

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Connaître les principes de base de la sécurité numérique sur ordinateur et smartphone. Protéger ses données pour éviter tout piratage.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique usuelle de l'informatique et une bonne agilité numérique. Possibilité de venir avec votre matériel pour tester sa sécurité.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias

Code DOKÉLIO : 024416

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, expérimentations et mises en pratique.

## SESSIONS

Paris

10 janvier 2019  
28 juin 2019  
11 octobre 2019  
10 janvier 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# Journalistes : se protéger contre le cyberharcèlement

Connaître les règles de base de la cybersécurité pour protéger sa vie privée en ligne.

## PROGRAMME

### Connaître les risques de cyberharcèlement liés au journalisme

- Analyse de cas concrets : insultes dans les commentaires sous un article, interpellation et harcèlement sur les réseaux sociaux, raids, blogs diffamatoires, etc.
- Comment réagir ?

### Protéger sa vie privée quand on est journaliste

- Identifier les enjeux du cyberharcèlement spécifiques au journalisme : réfléchir sur les informations que l'on rend publiques.
- Veiller à son e-réputation.
- Atelier pour trouver toutes les traces de son empreinte numérique.

### Connaître les règles de base de la cybersécurité

- Avoir de bons mots de passe, les gérer.
- Activer la double authentification.

- Bien gérer les questions de sécurité et les applications tierces.
- Utiliser les paramètres des réseaux sociaux.
- Traquer les traces que l'on laisse sans le savoir.
- Protéger ses communications, crypter ses mails, les apps utiles.
- Découvrir Tor et Tails.

### Réagir dans une situation de cyberharcèlement

- Connaître les conséquences du cyberharcèlement auprès d'un journaliste, d'une rédaction.
- Parler à sa hiérarchie.
- Parler à ses proches.
- Porter plainte ?
- Que faire si l'on est témoin de cyberharcèlement d'un confrère, d'une consœur ?
- Atelier de sécurisation de ses comptes et de son matériel.

## INITIATION

Code : 46191

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1070 €

## SESSIONS

Paris  
25-26 avril 2019  
7-8 novembre 2019

## OBJECTIFS

Appliquer les règles de base de la cybersécurité pour protéger sa vie privée en ligne.  
Adopter le bon comportement en cas de cyberharcèlement.

## PRÉREQUIS

Avoir une bonne pratique de l'informatique et des réseaux sociaux. Les participants sont invités à venir avec leur ordinateur et leur smartphone pour les ateliers de sécurisation.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 058192

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, analyse de cas concrets, exercices pratiques, atelier d'applications concrètes.

# Structurer la narration des contenus numériques



Penser la structure de ses sujets multimédias pour leur donner cohérence et fluidité afin d'accrocher les lecteurs.

## PROGRAMME

### Comprendre ce qu'est la narration numérique

- Différencier narration, récit et histoire.
- Distinguer le transmédia, le crossmédia et le multimédia.

### Choisir son mode d'expression

- S'exprimer à la première ou à la troisième personne.
- Prendre le récit à son compte, s'adresser au lecteur, raconter une histoire.
- Créer une complicité, une transparence, une proximité.

### Choisir son plan selon l'implication souhaitée de l'internaute

- Choisir son plan pour avoir un internaute passif, semi-actif ou actif.

### Connaître les atouts et faiblesses des outils

- Connaître les atouts et limites des formes narratives : diaporama, vidéo, podcast, infographie, cartographie, story...

- Choisir les formats qui illustrent, informent ou démontrent.
- Choisir un objet multimédia qui ne devienne pas un élément polluant dans la narration.

### Préparer son scénario en amont

- Déterminer les étapes de conception.
- Lister les documents et les ressources à disposition.
- Pitcher son sujet en trois phrases.
- Imaginer comment l'internaute peut naviguer entre les outils et formats.

### Connaître les outils pour dynamiser la narration de son sujet

- Balayer les outils de la narration pour les contenus numériques.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46192

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

## SESSIONS

Paris  
17 mai 2019  
25 octobre 2019

## OBJECTIFS

Choisir son plan selon l'implication souhaitée du lecteur.  
Identifier les atouts et faiblesses des différents formats numériques.  
Préparer son scénario en amont.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les outils et formats numériques.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 058045

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques.

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Storyfier son éditorial

NEW

Scénariser l'information à hauteur d'homme pour toucher les lecteurs.

## PROGRAMME

### Trouver les bonnes histoires

- Débusquer la petite histoire dans la grande.
- Repérer de nouveaux canaux pourvoyeurs de bonnes stories : découvrir Reddit, les sites de crowdfunding, etc.
- Organiser des recherches efficaces sur les réseaux sociaux.
- Organiser sa veille, ses alertes géolocalisées et contacter des témoins.

### Maîtriser les techniques rédactionnelles

- Récupérer les bonnes informations lors d'une interview.
- Récolter et organiser les informations par émotions.
- Architecturer sa story : le storytelling et le call to action.

## Éditer sa story pour le web

- Appliquer un editing propre au storytelling.
- Optimiser le SEO.
- Réussir des titres et des accroches pour viraliser sa story sur Facebook, Snapchat, Instagram.

## INITIATION

Code : 4619319

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1190 €

### OBJECTIFS

Trouver des histoires originales. Introduire la dimension humaine dans le récit. Diversifier son offre éditoriale avec des sujets inspirants et viraux.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de l'écriture sur les supports numériques.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 058164

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, mises en application.

## SESSIONS

Paris

14-15 mars 2019  
19-20 septembre 2019  
12-13 mars 2020

# Scénariser l'information sur Internet

Mettre en scène l'information sur le web en utilisant des outils simples de visualisation de contenus.

## PROGRAMME

### Découvrir de nouvelles formes narratives avec des ressources multiples

- Mêler plusieurs médias : les exigences des internautes.
- Travailler un editing incitatif tout en restant en tête dans les moteurs de recherche.
- Valoriser l'aspect ludique d'un site avec des quiz.

### Écrire moins, informer plus : choisir les bons outils

- Développer des visuels interactifs et responsives : un vrai choix éditorial, un confort de lecture pour l'internaute (cartes, infographies, etc.).
- Concevoir une animation sur Internet : élaborer un scénario pour préparer une infographie animée.
- Trouver des vidéos pertinentes et les mettre en valeur.

### Concevoir un sujet multimédia

- Choisir les ressources en fonction du sujet.
- Traiter et découper les angles.
- Structurer les différentes ressources multimédias : articuler écrit, audio, images et vidéos.
- Scénariser un long format.

### Connaître les spécificités de l'interview multimédia

- Travailler le son en complément du texte.
- Présenter une interview sonore sur Internet.
- Valoriser les interviews sur un site.
- Utiliser du son d'ambiance.

### Créer un sujet multimédia en desk

- Trouver les ressources sur Internet.

### Nombreux travaux pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46016

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1190 €

### OBJECTIFS

Maîtriser la mise en scène de contenus sur le web. Utiliser des logiciels simples pour rendre l'information plus visuelle. Articuler les contenus pour concevoir son sujet multimédia.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Rédiger pour le web" ou publier au quotidien sur un site.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024667

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets, mises en pratique.

## SESSIONS

Paris

28 février au 1<sup>er</sup> mars 2019  
8-9 juillet 2019  
21-22 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Rédiger pour le web

S'initier aux principes d'écriture et d'enrichissement d'articles numériques.

FORMAT

## PRÉSENTIEL

BEST  
OF

### PROGRAMME

#### Comprendre l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction

- Connaître les temps de consommation de l'information.
- Eye tracking : comprendre comment on lit sur les différents supports numériques : ordinateur, mobile, tablette, objets connectés...
- Maîtriser les règles fondamentales du SEO.

#### Organiser l'information

- Découvrir la notion de profondeur d'un site.
- Soigner le rubricage.
- Structurer son article : sujet-angle-mode de traitement et les 5W.
- Mettre en forme son article, distribuer le message essentiel.
- Hiérarchiser l'information pour accompagner au mieux la lecture.

#### Travailler la lisibilité d'un texte

- " Webiser " son article en proposant des portes d'entrée de lecture variées et dynamiques : exergues, puces, etc.
- Du push mobile au long format interactif : tour d'horizon des différents formats numériques.
- Trouver le bon format pour son article web.
- Enrichir son article : liens, intégration de contenus multimédias (cartographie, sons, vidéos, tweets).
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme.

#### Réussir la distribution de son article

- Publier au bon moment, choisir le bon canal de distribution pour votre article.
- Rédiger desancements pour les réseaux sociaux.
- Rédiger un push pour le mobile.
- Rédiger un objet pour sa newsletter.

#### Créer des écosystèmes pour optimiser sa production et sa distribution

- Décliner les angles et relier ses productions.
- Penser la durée de vie de son article.
- Concevoir du marbre pour recycler intelligemment un article.

### INITIATION

Code : 46001

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1 190 €

#### OBJECTIFS

Connaître les notions de référencement à appliquer sur ses articles.

Découvrir les différentes manières d'enrichir un article.

Appliquer les règles de lisibilité propres à l'écriture en ligne.

#### PRÉREQUIS

Avoir une pratique quotidienne d'Internet, maîtriser Internet Explorer ou Mozilla Firefox.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024373

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques variés, dans une approche ludique.

### SESSIONS

#### Paris

14-15 janvier 2019

21-22 mars 2019

1<sup>er</sup>-2 juillet 2019

13-14 novembre 2019

13-14 janvier 2020

19-20 mars 2020

#### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

Le 30/10/2019

Le 12/12/2019

Le 20/02/2020

Le 24/06/2019

Durée : 1 heure

Tarif HT : 120 €

## FORMAT

**BLENDED****AVANT****DISTANCIEL****1- Questionnaire amont**

Évaluation de votre niveau avant la formation.

**2- Documents pédagogiques à télécharger**

Comprendre l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction, en tenir compte pour organiser l'information sur son site.

**3- Documents pédagogiques à télécharger**

Comprendre les notions principales du référencement (SEO) et comment en tenir compte lors de la rédaction de ses articles web.

**4- Documents pédagogiques à télécharger**

Enrichir ses articles web.

**5- E-ressources à lire****6- Classe en direct à distance**

Pour faire le point sur les apports des différents pédagogiques et répondre aux questions qui en découlent.

**PENDANT****PRÉSENTIEL****7- Une journée en présentiel**

Atelier d'écriture web

- 1- Rédaction et mise en ligne d'articles.

**S'initier aux différents types d'écriture pour le web**

- 1- Rédiger des lancements Facebook.
- 2- Rédiger un post Twitter pour promouvoir son article.
- 3- Faire un push pour le mobile.

**Travailler la lisibilité d'un article web**

- 1- Webiser son article.
- 2- Du push mobile au long form interactif.
- 3- Trouver le bon format pour son article web.

**Enrichir son article**

- 1- Penser mobile lors de la rédaction de son article.
- 2- Choisir l'habillage de son article en tenant compte du référencement.
- 3- Intégrer des objets multimédias dans son article.
- 4- Appliquer les règles déontologiques dans sa production de contenus web.

**APRÈS****8- Questionnaire aval**

Mesurer l'évolution de vos apprentissages.

**INITIATION**

Code : 46001BL

**2** jours | 14 heures

**€** Prix HT : 955 €

**OBJECTIFS**

Connaître les notions de référencement à appliquer sur ses articles.

Découvrir les différentes manières d'enrichir un article.

Appliquer les règles de lisibilité propres à l'écriture en ligne.

**PRÉREQUIS**

Avoir une pratique quotidienne d'Internet et une bonne maîtrise d'Internet Explorer ou Mozilla Firefox.

**PUBLIC CONCERNÉ**

Journalistes tous médias.

**Code DOKÉLIO : 024373**

**APPROCHE PÉDAGOGIQUE**

Formation mixant présentiel (1 jour) et distanciel (1 jour), en variant les modalités pédagogiques: classe à distance synchrone, quiz amont/aval, ressources pédagogiques, exercices pratiques, communauté d'apprenants.

**SESSIONS**

Paris

14-15 janvier 2019

9-10 septembre 2019

12-13 décembre 2019

20-21 février 2020



# Newsroom : un desk numérique réactif

Écrire et éditer avec efficacité: optimiser pour le SEO, le social et une bonne expérience utilisateur.

## PROGRAMME

### Optimiser l'editing pour l'UX et le référencement

- Créer sa boîte à outils des formats efficaces.
- Éditer pour attirer le lecteur.
- Devenir un maître du SEO.
- Travailler ses titres pour augmenter ses clics (SEO, édito et social).

### Gérer l'urgent

- Trouver et trier l'information urgente.
- Paramétrer sa veille multicanale thématique : Tweetdeck et la géolocalisation.
- Animer un live.
- Anticiper sa production pour être réactif : calendrier éditorial, marronniers, anniversaires, nécrologies...

## Distribuer vite et (très) bien

- Enrichir un urgent en moins de deux minutes.
- Gérer les mises à jour live et social.
- Élaborer sa stratégie de push (site et app).
- Animer sa newsletter.

## Exercices pratiques et mises en situation

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46194

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1070 €

### OBJECTIFS

Améliorer son editing.  
Devenir plus agile et véloce.  
Développer une meilleure UX.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de l'écriture numérique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 058190

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, mises en situation.

## SESSIONS

Paris

17-18 avril 2019

17-18 octobre 2019

# Appliquer le storytelling digital



Découvrir les étapes de la création d'un projet interactif en mélangeant des techniques issues du management de projet, de la conception de jeux vidéo et une approche éditoriale forte.

## PROGRAMME

### Écrire pour une expérience news immersive : l'histoire avant tout !

- Découvrir : panorama des techniques de storytelling.
- Comprendre : du storytelling au digitelling, le bouleversement d'Internet.
- Faire : le storyPass, de l'accroche au synopsis.
- Le VerbThinking : s'inspirer des techniques du jeu vidéo pour raconter une histoire.
- Approfondir : penser l'histoire comme une fonction.

### Écrire pour une expérience news immersive : penser interactif !

- Découvrir : l'interactif, de la tête à la main, une histoire de plus de 60 ans.
- Comprendre : l'interactif et ses chemins, penser l'histoire interactive.
- Faire : le storyDesign, intégrer les règles de la narration et de l'interactif.
- Approfondir : le design interactif, parler avec des formes.

### Designner une expérience

- Découvrir : l'expérience, l'empathie au cœur de l'histoire.
- Comprendre : penser multiplates-formes.
- Faire : digitelling pratique, raconter une histoire façon " digital native ".

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46112

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1350 €

### OBJECTIFS

Découvrir de nouvelles formes de narration numérique.  
Raconter une histoire en se basant sur l'empathie et générant des interactions.  
Rédiger en appliquant les règles du storytelling.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique numérique aguerrie.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 041861

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exemples, mises en application pratiques.

## SESSIONS

Paris

28-29 mars 2019

17-18 octobre 2019

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
le 04/01/2019  
le 28/06/2019  
le 13/01/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Réussir son marketing éditorial

NEW

Maîtriser les outils et techniques pour optimiser l'audience de ses contenus.

## PROGRAMME

### Concevoir sa stratégie éditoriale numérique

- Définir ses objectifs et interroger sa ligne éditoriale.
- Découvrir les opportunités de contenus.
- Maîtriser les fondamentaux du SEO.
- Développer des outils d'alerte et de veille des tendances efficaces.
- Intégrer les notions de calendrier éditorial.

### Optimiser ses contenus

- Appliquer les règles pour réussir son référencement.
- Améliorer l'editing de son article.
- Créer des écosystèmes pour améliorer le taux de rebond.
- Améliorer le cycle de vie de ses contenus.

### Améliorer la distribution de ses contenus

- Maîtriser les ressorts de partage les plus puissants sur les réseaux sociaux.
- Définir ses KPIs, veiller son audience et son comportement.
- Écouter et analyser les retours de ses cibles pour améliorer sa production.

### Exercices pratiques

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46195

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1070 €

### OBJECTIFS

Améliorer sa stratégie éditoriale. Optimiser son référencement et sa distribution.

### PRÉREQUIS

Avoir une expérience de production de contenus numériques.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 058191

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

8-9 avril 2019  
23-24 octobre 2019

# Social wall et stratégies de republication

NEW

Amplifier son événement et stimuler l'engagement autour de son produit, de sa marque.

## PROGRAMME

### S'approprier les objectifs marketing du social wall

- Créer du contenu social autour de sa marque.
- Amplifier son événement.
- Engager sa communauté.
- Améliorer son reach.
- Concevoir des solutions originales pour vos événements.

### Créer du contenu de marque

- Utiliser sa communauté pour créer du contenu authentique et positif destiné à plusieurs supports.
- Challenger sa communauté pour un meilleur engagement.

### Engager et fidéliser sa communauté

- Maîtriser le ton conversationnel.
- Définir sa stratégie de modération.

### Exercices pratiques et mises en situation

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46196

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1190 €

### OBJECTIFS

Améliorer ses événements et sa veille e-réputation. Générer du contenu social et augmenter son reach. Parfaire son animation de communauté.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique quotidienne des réseaux sociaux pour sa marque. S'inscrire à l'offre d'essai gratuite d'un prestataire social wall.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 059149

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, études de cas, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

11-12 février 2019  
2-3 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Pratiquer l'editing multisupport

Adapter l'editing de ses sujets selon les canaux de diffusion : site, réseaux sociaux et smartphone.

## PROGRAMME

### Appliquer les principes du référencement

- Comprendre la nécessité pour un journaliste de maîtriser les notions de référencement
- Appliquer les notions clés du référencement sur son article.

### Intégrer les particularités de l'information digitale

- Intégrer les temporalités de l'information de flux.
- Identifier les différents temps de vie de l'information sur le web.
- Proposer un traitement multimédia de l'information.
- Développer l'interactivité.

### Éditer pour les différents canaux de diffusion

- Adapter un papier du print pour le web : quels formats, présentation, enrichissement et durée de vie.
- Rédiger une alerte pour le mobile : en dire mais pas trop.
- Faire du teasing sur les réseaux sociaux pour promouvoir son sujet.

- Rédiger des titres responsives.
- Rédiger des titres de mail pour les newsletters.
- Organiser et hiérarchiser l'information sur le web : le métier de front page editor.

### Maîtriser l'habillage éditorial pour le web

- Adapter les titres et légendes sur le web pour les différents sujets multimédias mis en ligne : textes, photos, sons, vidéos...
- Appliquer des principes déontologiques à l'éditing des articles, quel que soit le support de diffusion.

### Ateliers pratiques

- " Webiser " son article.
- Bâtonner des dépêches d'agences.
- Habiller des contenus pour le web.
- Penser images, vidéos, mobile.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46024

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1595 €

### OBJECTIFS

Décliner l'editing d'un sujet selon les supports.

Connaître les notions de référencement.

S'initier aux techniques du SR numérique pour créer et valoriser les contenus multimédias.

### PRÉREQUIS

Publier des articles en ligne.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 040639

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets, mise en situation pratique.

## SESSIONS

Paris

18 au 20 février 2019

8 au 10 juillet 2019

12 au 14 novembre 2019

19 au 21 février 2020

# Chef d'édition web

Valoriser les contenus d'un site d'informations et animer une équipe web.

## PROGRAMME

### Connaître la fonction de chef d'édition au web

- Découvrir ses missions au travers d'une journée type.
- Mettre en place une veille efficace.
- Maîtriser les techniques pour optimiser son référencement naturel.
- Se constituer une boîte à outils pour gagner du temps.

### Trier et hiérarchiser l'information

- Identifier différentes lignes éditoriales.
- Trier et prioriser face à l'avalanche d'informations.
- Hiérarchiser une home.
- Choisir les traitements d'informations selon les actus.

### Gérer l'urgence

- Breaking news : s'organiser, définir les rôles au sein d'une équipe.
- Apprivoiser le timing de l'information.

- Créer un live: quand, qu'est-ce qu'un bon live, comment l'alimenter ?

### Mettre en avant les contenus

- Être un bon relecteur.
- Anticiper l'actualité : lister les rendez-vous importants de la journée, préparer des papiers prêts à publier.
- Rédiger un push : choisir les contenus à envoyer, écrire une alerte, choisir le moment de publication.

### Jeu de rôle: dans la peau du chef d'ed

- Choisir les infos à traiter en priorité, les hiérarchiser, proposer un titre, un chapô.
- Définir les sujets du jour et proposer des angles.
- Identifier les RV de la journée.
- Mettre à jour un article.
- Rédiger une ou plusieurs alertes, ouvrir un live.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46163

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1595 €

### OBJECTIFS

Connaître les fonctions du chef d'édition web et son rôle au desk web.

Optimiser la diffusion des contenus éditoriaux web.

Réagir efficacement pour couvrir une actu urgente.

### PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi la formation "Pratiquer l'editing multisupport" ou avoir une pratique numérique avancée.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 040616

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mise en situation pratique, exercices concrets.

## SESSIONS

Paris

11 au 13 février 2019

25 au 27 septembre 2019

12 au 14 février 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

le 74/01/2019

le 16/05/2019

le 07/01/2020

Durée : 1 heure

Tarif HT : 120 €

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Écrire sur les réseaux sociaux

Écrire sur Twitter et Facebook en choisissant un positionnement et un ton adaptés pour promouvoir ses contenus éditoriaux sur ces réseaux sociaux.

BEST OF

## PROGRAMME

### Définir son positionnement éditorial sur Facebook et Twitter

- Choisir sa cible et le réseau social où elle se trouve.
- Définir le ton et le style par rapport au média traditionnel : continuité ou rupture ?
- Rester sur ses gardes en permanence pour déjouer les fake news.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme sur les réseaux sociaux.

### Pousser du contenu sur Twitter

- Apprendre à dire en 140 signes.
- Définir le positionnement éditorial des médias sur Twitter, celui de ses concurrents.
- Enrichir ses tweets pour qu'ils soient remarquables.
- Écrire pour être RTweeté : priorité à l'information, l'humour, la surenchère, la provocation ?
- Écrire sur Twitter : travail de journaliste et de web-marketeur.

- Gérer les trolls et le bashing.
- Utiliser des outils complémentaires.
- Ateliers pratiques d'écriture sur les réseaux sociaux.

### Promouvoir du contenu sur Facebook

- Promouvoir ses productions multimédias.
- Quel ton adopter pour être partagé : priorité à l'information, au lol, à la complicité ?
- Utiliser Facebook pour valoriser son fonds éditorial, donner une seconde vie à ses sujets.
- Produire du contenu éditorial dédié à Facebook.
- S'appuyer sur sa communauté pour enrichir son contenu.
- Ateliers pratiques d'écriture et de promotion de contenus sur les réseaux sociaux.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46068

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1070 €

### OBJECTIFS

Définir son positionnement éditorial sur Twitter et Facebook.  
Promouvoir ses contenus sur les réseaux sociaux.  
Engager la conversation avec sa communauté.

### PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi la formation "Pratiquer Twitter et Facebook" ou avoir une utilisation très régulière de ces deux réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024456

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples, exercices pratiques, mises en situation.

## SESSIONS

Paris

10-11 janvier 2019  
21-22 février 2019  
20-21 juin 2019  
16-17 octobre 2019  
9-10 janvier 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 01/03/2019  
Le 28/05/2019  
Le 21/01/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# Produire des stories

Se familiariser avec les différents formats de stories selon les réseaux sociaux.

BEST OF

## PROGRAMME

### Comprendre la montée en puissance du format stories

- Panorama des stories : Stories sur Snapchat et Instagram, Journée sur Messenger, Status sur Whatsapp, Series sur Medium.
- Découvrir une autre expérience de consommation de contenus sur les réseaux sociaux.
- Comprendre les enjeux d'une narration pensée en mobile first.
- Identifier les exigences de mise en scène personnelle.
- Favoriser la diffusion communautaire.

### Produire une story

- Déterminer ses objectifs éditoriaux.
- Anticiper le sujet : déroulé temporel, ton, traitement graphique et séquences nécessaires.
- Raisonner en séquences.
- Éditer une story sur la plateforme de son choix.
- Gérer une postproduction express : texte, emojis, photos, vidéos, etc.

- Anticiper la diffusion d'une histoire sur 24 heures.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme.

### Promouvoir et archiver ses stories

- Récupérer ses contenus et les présenter.
- Jouer la viralité sur les réseaux sociaux.

### Nombreuses mises en application pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46169

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux d'une narration pensée en mobile first.  
Produire une story simple.  
Maîtriser la création de contenus dédiés.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 040642

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, visionnage et production de stories, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

27 février 2019  
16 octobre 2019  
28 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Datavisualisation : la boîte à outils

BEST OF

Maîtriser des logiciels open source pour proposer de nouveaux traitements visuels de l'information pour accrocher les lecteurs.

## PROGRAMME

### Réaliser une carte interactive

- Identifier les différents types d'informations exploitables sous forme de carte.
- Découvrir et maîtriser les différents outils de cartographie.
- Concevoir une carte interactive avec Google Maps ou Carto DB.
- Concevoir un récit cartographique avec StoryMap.
- Éditer ses cartographies.

### Concevoir une infographie interactive

- Rassembler les données pour créer une infographie.
- Découvrir et prendre en main différents outils simplifiés d'infographie.
- Concevoir une infographie en ligne avec Infogr.am, Visually, etc.
- Éditer son infographie.

### Réaliser une image interactive

- Dans quel cas utiliser une image interactive ?
- Découvrir et maîtriser les différents outils d'images interactives.

- Concevoir une image interactive avec Thinglink ou Stipple.
- Éditer ses photos interactives.

### Réaliser une frise chronologique interactive

- Rassembler tous les documents nécessaires à la création de la frise chronologique.
- Réaliser une frise chronologique interactive avec Timeline JS.
- Éditer les slides des frises chronologiques.

### Ateliers pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46085

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1595 €

### OBJECTIFS

Découvrir les possibilités de visualisation de l'information. Se familiariser avec des outils simples de datavisualisation de l'information. Utiliser des logiciels de datavisualisation au service de l'information.

### PRÉREQUIS

Pratiquer le journalisme numérique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024548

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, mises en application sur des sujets apportés par les participants.

## SESSIONS

Paris

18 au 20 février 2019  
15 au 17 avril 2019  
3 au 5 juillet 2019  
28 au 30 octobre 2019  
9 au 11 décembre 2019  
19 au 21 février 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 21/06/2019  
Le 16/12/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# L'outil du datajournaliste : le tableur

DIGITAL

Maîtriser la feuille de calcul au cœur de tout projet de datajournalisme.

## PROGRAMME

### Découvrir les fondamentaux du tableur

- Feuilles, cellules, textes, nombres, unités, plage, etc.
- Figurer, verrouiller, recopier de façon incrémentée, etc.
- Trier, filtrer, concaténer, tronquer, rechercher-remplacer.

### Comprendre les formules de calcul essentielles

- Somme, moyenne, division, pourcentage.
- Utiliser les fonctions dates.
- Utiliser le tableau croisé dynamique.
- Lier des données entre tableaux.
- Construire des tableaux de synthèse.

### Prévisualiser grâce aux graphiques interactifs

- Colonnes, lignes, secteurs, aires, nuages de points, radars.
- Ajuster les données sources.

### Connaître les spécificités de Google spreadsheet

- Atouts et spécificités.
- Intégrer cette logistique dans sa démarche de datajournaliste.

### Nombreux exercices et cas pratiques

## INITIATION

Code : 46099

1 jour | 7 heures

Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

S'initier au tableur Excel pour démarrer des projets de datajournalisme. Maîtriser des opérations simples dans Excel.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de mise en forme visuelle de l'information.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

Code DOKÉLIO : 029313

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, découverte du tableur et prise en main des fonctionnalités. Applications pratiques à partir de sujets apportés par les participants. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

28 mars 2019  
10 octobre 2019

En partenariat avec

**WEDODATA**

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Trouver et questionner les données

Identifier les sources pertinentes pour un projet en datajournalisme, interroger leur fiabilité et organiser ses recherches.



## PROGRAMME

### Découvrir les sources principales des statistiques

- Repérer les espaces data des grandes institutions.
- Connaître les grandes bases thématiques.
- Exploiter les études et rapports.
- Utiliser des moteurs de recherche: connaître leurs spécificités.
- Se constituer ses propres bases de données.
- Faire des choix dans ses consultations de bases de données pour respecter la commande de la rédaction.
- Sélectionner les données pour respecter son angle.

### Comprendre les atouts et limites de l'Open data

- Retour sur ce mouvement mondial de libération de données publiques.
- Définition et licences d'utilisation.
- Connaître les API.

### Le crowdsourcing

- Identifier les atouts et les difficultés.
- Découvrir de grandes enquêtes de datajournalisme crowdsourcées.

### Interroger la fiabilité des sources

- Auteurs, méthodologie de l'enquête, périmètre.
- Indépendance et éthique.

### Nombreux exercices de recherche de données

## INITIATION

Code : 46101

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Identifier des bases de données pour alimenter un sujet en datajournalisme. Evaluer la fiabilité de ces bases de données. Organiser son travail de recherche pour son projet.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "L'outil du datajournaliste : le tableur" ou maîtriser le tableur dans ses fonctions principales.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À partir d'un sujet d'actualité ou d'exemples apportés par des participants, recherches de données exploitables pour un sujet en datajournalisme. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

4 avril 2019  
17 octobre 2019

En partenariat avec

**WEDODATA**

# Extraire les données en datajournalisme

Récupérer des données disséminées dans un site, intégrées dans un document PDF ou une image scannée.



## PROGRAMME

### Extraire depuis un site web

- Découvrir Outwit : se familiariser avec ce logiciel qui permet de récupérer des informations et des données de manière structurée puis les transformer et les stocker.
- Fonctions d'import depuis Google spreadsheet.
- Utiliser Kimono : se familiariser avec le data scraping.

### Extraire depuis un PDF

- PDF to Excel, pdftables, etc.
- Découvrir Tabula.

### Extraire depuis un scan, une image

- S'initier aux logiciels OCR.
- Extraire les données en appliquant les règles déontologiques.

### Nombreux exercices et cas pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46102

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Récupérer des données disséminées dans le cadre d'un projet en datajournalisme. Extraire des données quel que soit leur format.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "L'outil du datajournaliste: le tableur" ou maîtriser le tableur dans ses fonctions principales.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À partir d'un sujet d'actualité ou d'exemples apportés par les participants, travail de récupération de données exploitables en datajournalisme. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

18 avril 2019  
7 novembre 2019

En partenariat avec

**WEDODATA**

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Nettoyer les données brutes en datajournalisme

DIGITAL

Obtenir un tableur de données "propres" pour analyser des données et dégager des tendances pour un projet en datajournalisme.

## PROGRAMME

### Découvrir ce qu'est une donnée "propre"

- Comprendre ce qu'est une donnée propre, exploitable dans un projet de datajournalisme.
- Rechercher/remplacer, gauche/droite.
- Suppression des espaces, format texte-nombre.
- Fusion-fractionnement de colonnes, transposition lignes-colonnes.
- La fonction RechercheV.
- Nettoyer grâce au tableur.

### Compléter avec Open Refine

- S'initier à ses fonctions : facets, filtres, cluster.
- Découvrir sa puissance sémantique.

## Google Fusion Tables / Tableau public

- Découvrir des outils pour rassembler plusieurs tables.

### Nombreux exercices et cas pratiques : applications à partir des exemples des participants

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46103

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Nettoyer les données pour obtenir un tableur propre dans un projet de datajournalisme.

Croiser ses sources, analyser ses données.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "L'outil du datajournaliste: le tableur" ou maîtriser déjà le tableur dans ses fonctions essentielles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À partir d'un sujet d'actualité, travail concret de nettoyage de données pour croiser les sources. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

25 avril 2019

14 novembre 2019

En partenariat avec

# Réaliser des graphiques interactifs simples

DIGITAL

Maîtriser des outils en ligne simples dans le cadre d'un projet en datajournalisme.

## PROGRAMME

### Découvrir les principaux outils de graphes interactifs

- Construire une infographie interactive avec Infogram.
- Réaliser des graphes originaux sur Raw.
- Créer un nuage de mots sur Word cloud.
- Générer un graphe de réseaux sur Onodo.
- Connaître les avantages et inconvénients de ces différents outils.
- Préparer ses données.
- Choisir la bonne représentation interactive.
- Titrer, sourcer son projet.
- Personnaliser visuellement les graphiques.
- Éditer ses graphiques.

## S'approprier des outils plus narratifs

- Préparer les données, affiner le scénario.
- Rythmer les formes de représentation : picto/graphes.

### Travailler la sémantique

- Découvrir Tagxedo.
- Réaliser des nuages de mots.

### Nombreux exercices pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46109

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec un nouveau traitement visuel pour mettre en forme ses données.

Raconter des histoires avec des graphiques.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "L'outil du datajournaliste: le tableur" ou maîtriser déjà le tableur et ses fonctions principales.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

Code DOKÉLIO : 029329

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, applications concrètes à partir des exemples apportés par les participants. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

9 mai 2019

28 novembre 2019

En partenariat avec

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Produire des graphiques interactifs complexes



S'initier à des outils évolués pour traiter des bases de données importantes dans le cadre d'un projet en datajournalisme.

## PROGRAMME

### Explorer Tableau public

- Se familiariser avec les différentes visualisations possibles : cartes, graphiques, etc.
- Identifier les atouts de cet outil : graphiques temporels, dashboard interactif...
- Préparer et intégrer ses données sur l'interface.
- Créer des dossiers interactifs.
- Éditer ses graphiques.

### Exercices pratiques

### Réaliser des graphes relationnels : Raw

- Quand utiliser ce type de visualisation.
- Préparer et intégrer ses données sur l'interface.
- Éditer ses graphiques.

### Exercices pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46110

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

S'initier à des outils pour traiter des bases de données volumineuses. Réaliser des graphes.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "L'outil du datajournaliste: le tableur" ou maîtriser déjà le tableur et ses fonctions principales.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, applications pratiques à partir des exemples apportés par les participants. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

23-24 mai 2019  
12-13 décembre 2019

En partenariat avec

**WEDODATA**

# Réaliser une cartographie interactive



Poser des indicateurs sur une carte dans un projet de datajournalisme.

## PROGRAMME

### Connaître les concepts de base

- Se familiariser avec les fondamentaux de la géolocalisation.
- Le géocoding, les polygones, le fichier KML.
- S'initier aux infobulles, aux calques.
- Exercices pratiques.

### Se familiariser avec les outils de géocoding

- S'initier à Carto DB : poser des données sur des lieux précis.
- S'initier à GoogleMaps : poser des données sur des zones géographiques.
- S'initier à Khartis : créer rapidement une carte statistique.
- S'initier à StoryMap : concevoir une narration de cartes.
- Positionner des points d'intérêt.
- Intégrer des données statistiques.
- Éditer ses cartographies.

### Concevoir un récit cartographique

- Identifier les types de sujets se prêtant plus particulièrement au récit cartographique.
- Recueillir toute la matière nécessaire pour nourrir un sujet traité en cartographie.

### Nombreux exercices et cas pratiques

## INITIATION

Code : 46108

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Mettre en forme et publier de l'information dans des cartes. Se familiariser avec la narration cartographique.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "L'outil du datajournaliste : le tableur" ou maîtriser déjà le tableur et ses fonctions principales.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, à partir d'exemples apportés par les participants, réalisations pratiques de cartes. Tutoriels en ligne.

## SESSIONS

Paris

13 juin 2019  
16 janvier 2020

En partenariat avec

**WEDODATA**

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Datavisualiser l'actualité, un événement



Couvrir l'actualité ou un événement avec un sujet réalisé en datajournalisme.

## PROGRAMME

### Traiter la donnée lors d'une actualité chaude

- Être réactif grâce à ses propres librairies de données.
- Utiliser efficacement les sources de statistiques officielles et l'Open Data.
- Infogram et Piktochart : des outils rapides de visualisation interactive.

### Réaliser une enquête publiée en série

- Trouver des angles d'attaque en fonction des publics visés.
- Travailler l'unité visuelle et le ton éditorial.
- Mettre en place les grandes étapes d'une production quotidienne de graphiques interactifs.
- Rédiger l'enquête de datajournalisme.

- Faire vivre la série dans le temps : rétro, communication sur les réseaux sociaux.
- Appliquer les règles déontologiques à chaque étape de l'enquête.

### Concevoir une web application événementielle

- Détecter un sujet porteur, faire l'état des lieux des réalisations sur le sujet.
- Données disponibles et expériences utilisateurs.
- Identifier toutes les étapes de réalisation : du storyboard au développement.
- Intégrer ou pas une version mobile.
- Pérenniser un développement dans le temps.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46105

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Travailler la donnée dans un contexte d'actualité chaude. Feuilletter un sujet en datajournalisme. Concevoir une web app événementielle.

### PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur et les graphiques simples de visualisation.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À partir d'un sujet d'actualité, mesurer et anticiper l'amplitude d'un sujet en datajournalisme selon son rythme de publication. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris

16 mai 2019  
5 décembre 2019

En partenariat avec

**WEDODATA**

# Réaliser une enquête de datajournalisme



Acquérir la méthodologie pour réaliser une enquête en data, depuis la recherche de données jusqu'à la visualisation interactive.

## PROGRAMME

### Identifier les sources de données, extraire des data

- Les grandes bases de statistiques, les sources statistiques.
- Les astuces de recherche en ligne de tableurs.
- Extraire des données de site et/ou de rapports en PDF.
- Organiser sa recherche à partir de sources multiples : nommage, sourcing, etc.

### Rechercher des angles pertinents

- Prévisualiser.
- Rechercher des croisements possibles, des enrichissements.

### Prévisualiser et construire la narration

- Imaginer l'expérience utilisateur.
- Sélectionner les données : hiérarchisation des niveaux de lecture.
- Choisir des visualisations adéquates.
- Hiérarchiser les informations.

### Réaliser le projet interactif sur Tableau public

- Les différentes productions possibles en fonction du temps à disposition: Infogr.am, Tableau public, développement sur mesure, etc.
- Travailler en équipe: graphiste, développeur, journaliste.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46100

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec une méthode de travail collective. Identifier les sources de données pertinentes. Choisir un angle à partir de données émergentes.

### PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur et les graphiques simples de visualisation.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Application pratique : sur la base d'un sujet choisi, expérience du déroulé d'une enquête en data.

## SESSIONS

Paris

3-4 juillet 2019  
6-7 février 2020

En partenariat avec

**WEDODATA**

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Datajournalisme : mener une enquête collaborative

Mettre en place des méthodes de travail pour organiser un projet collectif en datajournalisme.

## PROGRAMME

### Identifier les particularités d'une enquête menée à plusieurs

- Mettre en place un cadre de travail collectif : objectif, étapes intermédiaires, process de validation, calendrier, etc.

### Choisir les outils pour travailler en équipe

- Mixer les outils individuels et les outils collaboratifs de partage d'information.
- Choisir les outils adaptés au projet d'enquête collaborative.

### Créer collectivement une base de données

- Fixer les règles de la collecte collective de données : méthodologie, périmètre, outils d'extraction...
- Créer la structure du tableur commun qui recueillera les données.

## Organiser le travail collectif

- S'accorder sur le mode de fonctionnement : désigner un chef de projet, un comité de pilotage.
- Bien connaître la valeur ajoutée de chacun.
- Répartir les différents angles au cœur de l'enquête collaborative.
- Mettre en place un calendrier de publication de l'enquête.

## Réaliser l'enquête

- Répartir les différents angles au cœur de l'enquête collaborative.
- Prévisualiser les data.
- Hiérarchiser les informations de l'enquête.
- Trouver la forme finale adéquate au sujet et au public visé.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46168

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

## OBJECTIFS

Identifier les particularités d'une enquête collaborative en datajournalisme. Mettre en place une organisation efficace. Choisir des outils pour travailler en équipe.

## PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur et les graphiques simples de visualisation.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À partir d'un sujet d'actualité, exercice pratique de mise en oeuvre d'une enquête à plusieurs. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris  
29 mai 2019  
19 décembre 2019

En partenariat avec

**WEDODATA**

# Datajournalisme : préparer un brief pour un infographiste

Élaborer son sujet de datajournalisme pour donner les informations nécessaires à l'infographiste.

## PROGRAMME

### Connaître les bases de l'infographie

- Les différents formats de mises en scène des données.
- S'initier aux principes de base de la géométrie et aux nuances de couleurs.
- Connaître les règles statistiques de représentation.
- Repérer les outils disponibles.

### Trouver un angle, une histoire à partir d'une base de données

- Explorer les données et les prévisualiser.
- Trier les données en vue de faire émerger un angle.
- Hiérarchiser et organiser l'information en fonction du ou des format(s) de publication.

### Élaborer le brief pour l'infographiste

- Comprendre comment travaille un infographiste : ses outils, ses contraintes, ses besoins.
- Les bases de la narration visuelle : écrire un storyboard pour/avec le designer.

- Établir les documents nécessaires à l'infographiste qui travaille sur le projet de datajournalisme.
- Découvrir les clés d'un brief clair.
- Parler de fond et de forme pour réaliser un sujet en datajournalisme.
- Présenter son sujet à un infographiste.
- Analyse d'exemples.

## Nombreux exercices et cas pratiques, mise en situation

## INITIATION

Code : 46106

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

## OBJECTIFS

Connaître les bases de l'infographie pour mieux échanger avec l'infographiste. Écrire un storyboard avec le graphiste pour la narration visuelle.

## PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux travaillant dans une structure publique.

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À partir d'un sujet d'actualité, exercices pratiques de partage d'information avec un infographiste en vue de mener un projet en datajournalisme. Tutoriel en ligne.

## SESSIONS

Paris  
20 juin 2019  
23 janvier 2020

En partenariat avec

**WEDODATA**

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Proposer des sujets en datajournalisme

Expliquer son sujet et convaincre un rédacteur en chef de prendre son sujet en datajournalisme.

## PROGRAMME

### Présenter son sujet en datajournalisme lors d'une conférence de rédaction

- Proposer son sujet en datajournalisme à un rédacteur en chef, à un chef de service

### Identifier les particularités d'une pige pas comme les autres

- Valoriser un sujet de datajournalisme qui ne se traduit pas en feuillet.
- Expliquer les particularités du travail en datajournalisme, au-delà des compétences journalistiques, faire comprendre son expertise particulière.

- Déminer les questions techniques d'hébergement et d'intégration de réalisations interactives.
- Identifier des piges à longue durée de vie : sur des grandes thématiques, des sujets d'actualité de l'année (marronniers), au rafraîchissement à faible investissement, etc.

## INITIATION

Code : 46172

1 jour | 7 heures

Prix HT : 700 €

## SESSIONS

Paris

11 juillet 2019

13 février 2020

## OBJECTIFS

Identifier les sujets data porteurs pour un média.  
Parler de sa pige en data et convaincre un rédacteur en chef.  
Valoriser son expertise avec le traitement éditorial en data.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les outils et toutes les étapes de production d'un sujet en datajournalisme.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias. Tous producteurs de contenus digitaux en datajournalisme travaillant dans une structure publique.

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, jeux de rôles.

En partenariat avec

**WEDODATA**

# CFPJ ÉDITIONS

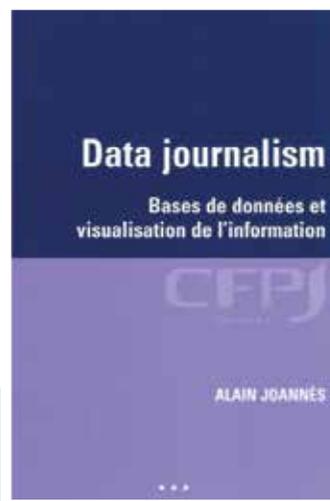
## ALAIN JOANNÈS

Journaliste depuis 1961, Alain Joannès a successivement été localier, secrétaire de rédaction, grand reporter et éditorialiste au Republicain Lorrain. En 1978, il entre à Radio France comme commentateur politique à France Inter, puis à France Culture avant de rejoindre France Info en 1988. Retour à la presse écrite en 1990 comme rédacteur en chef du mensuel Caméra Vidéo. En 1994, il rejoint LCI où il crée « Le club de l'Opinion », le magazine « Multimédia » et « Le journal du web ». En 2000, Alain Joannès crée Arte Radio. Depuis, il poursuit sa collaboration entamée en 1978 avec Le Télégramme de Brest et anime plusieurs blogs consacrés à la communication.

Précédent ouvrage aux Éditions CFPJ : Communiquer en rich media, 2009.

## 66 Nos équipes à votre écoute

Contactez-nous : 01 44 09 22 28  
ou par e-mail : [editions@cfpj.com](mailto:editions@cfpj.com)  
ou consultez la rubrique édition  
de notre site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)



CF019 - 176 pages -  
ISBN : 978-2-35307-037-4

**32,50 €** + PORT

À travers plus de 30 études de cas et plus de 120 visualisations de données dans la presse en ligne internationale, Alain Joannès montre comment la mise en relation de données permet d'en extraire des informations fiables à haute valeur ajoutée. Cet ouvrage très pratique indique comment rendre la complexité déchiffrable, comment visualiser un message essentiel grâce à la cartographie et quels sont les langages à utiliser. À l'ère du web et du numérique, le data journalism doit désormais figurer dans la panoplie de l'enquêteur.

# Produire une vidéo interactive

Mettre en oeuvre les méthodes de conception et les outils de réalisation de vidéos interactives.

## PROGRAMME

### Se familiariser avec la création vidéo interactive

- Pratiquer les interviews interactives : le public interroge le sujet.
- Pratiquer les vidéos à embranchement : le public décide de la suite de l'histoire.
- Pratiquer les vidéos enrichies : le public peut accéder à du contenu supplémentaire au fil de la vidéo.

### Concevoir le script interactif

- Définir l'intention éditoriale de son projet.
- Choisir ses outils pour concevoir un scénario.
- Produire le storyboard.

### Tourner pour une vidéo interactive

- Choisir son matériel selon ses objectifs éditoriaux.
- Gérer le tournage sur le terrain : tenir compte des conditions, du temps imparti, raisonner en séquences.
- Envisager les spécificités en termes de montage pour des vidéos interactives.

## Réussir son montage

- Dérusher et indexer.
- Choisir les séquences images pour le meilleur impact.
- Gérer la postproduction express : rajouter génériques, sous-titres, etc.

## Intégrer et publier avec des outils sans code

- Panorama des outils existants et démonstration.
- Utiliser l'outil pertinent pour intégrer sa vidéo.
- Publier sa vidéo interactive finalisée.
- Promouvoir ses contenus.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46165

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1245 €

## OBJECTIFS

Structurer un scénario interactif. Maîtriser les particularités de l'écriture interactive. Produire une vidéo interactive, PAD sur le web et les réseaux sociaux.

## PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière du web et de la vidéo avec smartphone.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 041879

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, visionnages, exercices pratiques, réalisation simple.

## SESSIONS

Paris

7-8 mars 2019

3-4 octobre 2019

# S'initier à l'écriture journalistique pour la VR

Écrire et concevoir une histoire pour la vidéo en réalité virtuelle.

## PROGRAMME

### Écrire et concevoir un projet de vidéo interactive à 360°

- Balayer le panorama de la création vidéo interactive à 360°.
- S'initier à des outils et des méthodes pour pratiquer l'écriture interactive.
- Connaître les spécificités de l'écriture pour la vidéo 360°.
- Produire un storyboard.

### Tourner et monter sa vidéo 360°

- Identifier les écueils à éviter lors d'un tournage 360°.
- Choisir son matériel de prise de vue et de prise de son.
- Monter sa vidéo 360°.

## Intégrer sa vidéo interactive dans Wonda VR

- Découvrir le logiciel.
- Préparer ses fichiers.
- Intégrer son projet et publier.
- Ajouter des interactions.
- Faire des tests utilisateurs et améliorer ses projets.
- Publier sa vidéo.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46162

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1595 €

## OBJECTIFS

Connaître la diversité de la création 360°. Utiliser le matériel nécessaire à un tournage en 360. Concevoir un récit pour la réalité virtuelle.

## PRÉREQUIS

Avoir des notions de tournage vidéo et maîtriser les outils web.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 040608

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, visionnage, exercices de terrain et de conception.

## SESSIONS

Paris

18 au 20 mars 2019

14 au 16 octobre 2019

18 au 20 mars 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réaliser un diaporama

S'initier à la narration et aux outils de conception d'un diaporama sonore.

## PROGRAMME

### Découvrir le format diaporama

- Découvrir une autre forme narrative avec plusieurs déclinaisons possibles.
- Découvrir les différentes formes de diaporamas.
- Construire son diaporama : raconter par l'image et le son.

### Préparer la prise de son

- Choisir le matériel adapté.
- Mesurer l'apport de l'illustration/la narration sonore.
- Choisir le bon élément sonore : musique, ambiance et/ou interview.
- Enregistrer et monter du son pour accompagner un diaporama.
- Analyser le rapport entre son et image.

### Préparer la prise de vue

- Choisir son matériel.
- Faire ses photos sur le terrain : repérage et prise de vue.
- Appliquer les règles déontologiques.

## Réaliser le montage final

- Prendre en main un logiciel pour monter son diaporama.
- Scénariser son diaporama : structurer le récit par l'image et le son.
- Travailler l'editing du diaporama.
- Restituer et mettre en ligne son diaporama.
- Choisir le matériel à utiliser, les différents types de sons.
- S'initier au logiciel de montage, monter des sons et les mettre en ligne.
- Se familiariser avec les outils de conception d'un diaporama.
- Préparer la prise de vue.
- Créer son diaporama.
- Exercices de terrain, réalisation d'un diaporama pendant la formation et débriefing.

## INITIATION

Code : 46027

4 jours - 84 heures

Prix HT : 2065 €

## OBJECTIFS

S'initier à la prise de son pour accompagner des photos. Raconter une histoire en images.

## PRÉREQUIS

Maîtriser la photo, utiliser régulièrement Internet.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024554

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Module VOD et e-ressources en amont de la formation, présentation interactive, exemples, exercices concrets, mises en pratique.

## SESSIONS

Paris

28 au 31 janvier 2019

18 au 21 novembre 2019

28 au 31 janvier 2020

## \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

Le 25/02/2019

Le 15/07/2019

Durée : 1h00

Tarif HT : 120 € HT

# CFPJ ÉDITIONS

## CYRIL PETIT

Rédacteur en chef des éditions (papier, tablette, mobile et site Internet) au *Journal du Dimanche*, Cyril Petit est l'initiateur de l'appli iPad du JDD et formateur à l'École supérieure de journalisme de Lille. Diplômé de l'ESJ Lille et de Sciences Po Grenoble, il a auparavant été rédacteur en chef exécutif à *Jeune Afrique*.

## VINCENT MAS

Chargé de missions chez Lagardère Active, concepteur d'outils de production pour tablettes (*Paris Match*, *Elle à table*, *JDD*, *Auto Moto*...) et formateur, Vincent Mas a travaillé auparavant au groupe Bayard Presse et chez Hafi ba. Depuis 1987, il a développé une expertise sur les systèmes éditoriaux et la gestion de contenus.

## “ Nos équipes à votre écoute

Contactez-nous : 01 44 09 22 28  
ou par e-mail : [editions@cfpj.com](mailto:editions@cfpj.com)  
ou consultez la rubrique édition  
de notre site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)



CF29 - 256 pages -  
ISBN : 978-2-35307-031-2

28,50 € + PORT

Les ventes numériques des quotidiens et magazines augmentent chaque jour. Le journal sur tablette remplacera-t-il le journal papier ? Tous les éditeurs lancent des applications destinées à ces écrans de 13 pouces et à leurs petites sœurs...

# TECHNIQUES DE RÉDACTION

## SOMMAIRE

Enrichir son style®	106
Stimuler sa plume	106
Maîtriser les codes de l'écriture magazine	107
Vendre ses sujets	107
Écrire pour être lu	108
Journaliste d'investigation	110
Réussir son reportage	111
Réaliser un portrait	111
Rédiger un article d'opinion	112
Rédiger une critique	112
Réussir son interview	113
Mener une enquête	113
Enquêter sur le continent africain	114



J'ai compris l'angle et découvert plein de techniques pour en trouver sur mes sujets. Formation pratique et immédiatement applicable.

**Maï-Linh**  
Journaliste en PQR

Participante à la formation «Trouver des angles print et web» page 235

# Enrichir son style®

Faire des miracles avec un sujet, un verbe, un complément, pour le plaisir du lecteur.



## PROGRAMME

### S'entraîner à la créativité

- Concilier deux talents opposés : création et autocensure.
- Franchir l'obstacle de la page blanche à l'aide de techniques et de procédés favorisant la production d'idées.

### Enrichir ses papiers et travailler sur la production d'idées

- Décrire les choses ou les faits sous un angle original et inattendu : analogies, comparaisons, métaphores...
- Maîtriser des méthodes de recherche de titres.

### Applications journalistiques

- Muscler les marronniers pour renouveler l'intérêt des sujets.
- Trouver un angle original et rendre intéressante une information ordinaire.
- Surprendre le lecteur et enrichir sa réflexion par des formules et des images auxquelles il n'aurait pas songé.
- Rédiger des articles en rapport avec l'actualité.

## Enrichir et épurer son style

- Produire des textes dans lesquels ne se retrouvent pas les clichés habituels.
- Éviter l'emploi abusif de poncifs et lieux communs.
- Repérer et corriger ses automatismes personnels et tics d'écriture.

### Nombreux travaux pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43013

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1310 €

### OBJECTIFS

Découvrir des techniques de créativité dans l'écriture. Donner une nouvelle dimension à ses écrits. Enrichir son style en s'appuyant sur la rhétorique.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques d'écriture journalistique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024672

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Nombreux exercices d'écriture, de réécriture, conseils personnalisés.

## SESSIONS

Paris

4 au 6 mars 2019

2 au 4 octobre 2019

4 au 6 mars 2020

# Stimuler sa plume

Donner un nouvel élan à son écriture. Se délester des habitudes et réflexes qui alourdissent le style.



## PROGRAMME

### Appliquer les critères de la lisibilité et du style

- Dresser le constat rédactionnel de son article.
- Redresser son texte : le travail préalable du plan et de l'angle.
- S'appuyer sur la grille de révision du premier jet.
- Utiliser les techniques d'autodiagnostic.
- Exercices de refonte d'articles.

### Surprendre le lecteur

- Supprimer les parasites qui affaiblissent l'attention.
- Jouer avec la cadence des verbes et la musicalité des mots : travaux pratiques sur le rythme.
- S'appuyer sur des trucs et astuces d'écriture pour dynamiser son style.

### Enrichir ses articles

- Répartir la créativité dans les différents niveaux de lecture.
- Établir la correspondance entre les différentes parties de l'habillage.

- Porter son attention sur la cohérence entre l'attaque et la chute.

### Aller vers le texte idéal

- Répartir les éléments de plus-value du synopsis.
- Trouver un équilibre entre les parties de cadrage, l'apparition des personnages et l'action de l'article.
- Lisser les débordements de citations.
- Recourir à la métaphore dans le choix des synonymes.
- Monter en gamme dans la respiration des phrases.
- L'enchaînement des attaques de paragraphes.

### Travail d'amélioration sur les productions des participants invités à venir avec leurs publications

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43015

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1310 €

### OBJECTIFS

Repérer les facteurs de lourdeurs dans ses écrits. Traquer les éléments de longueurs, les tics. Donner du rythme à ses écrits pour stimuler sa plume.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques d'écriture journalistique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024677

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'écriture et de réécriture.

## SESSIONS

Paris

21 au 23 janvier 2019

22 au 24 mai 2019

25 au 27 septembre 2019

20 au 22 janvier 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Maîtriser les codes de l'écriture magazine

Acquérir les techniques d'écriture propres au style magazine print et web.



## PROGRAMME

### Illustrer les spécificités du concept magazine

- Mettre en œuvre de nouvelles formes du rapport texte-image.
- Humaniser les sujets : un parti pris systématique.
- Se focaliser sur l'originalité de l'angle, du plan et des enchaînements.
- Connaître les différentes options de schéma narratif.
- Varier le recours aux genres : portrait, reportage, enquête, interview.

### Préparer l'article

- Scénariser l'article.
- Élaborer le synopsis.
- Soigner les autres éléments décisifs : habillage, attaque, paragraphes, chevilles, chute, citations.
- Recueillir des anecdotes et des images.

### Recueillir l'information hors-cadre

- S'affranchir de la collecte factuelle des informations.
- Collecter au-delà de l'événement.
- Élargir aux cinq sens : toucher, sentir, observer, goûter, entendre.
- Rechercher, canaliser et orchestrer la réception des informations sensorielles.

### Rédiger un article magazine

- Conforter le plaisir du lecteur.
- Adopter le style magazine.
- Appliquer les règles de lisibilité et de style à son article mag.
- Relire et réécrire pour un nettoyage de fond de l'article.

### Élever la qualité de son article magazine

- Changer de rythme, choisir ses verbes.
- Mettre la rhétorique au service de l'écriture mag : la force de la métaphore, l'intérêt des comparaisons.

### Travaux pratiques

## PERFECTIONNEMENT

Code : 43016

- 🕒 4 jours | 28 heures
- 💰 Prix HT : 1495 €

### OBJECTIFS

Identifier les spécificités de l'écriture magazine.  
Rédiger un synopsis pour cadrer son projet de sujet magazine.  
Rédiger son article en appliquant les codes de l'écriture magazine.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024679

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Passage en revue des différentes techniques de rédaction dans différents magazines. Réalisation d'un travail sur le terrain suivi de la rédaction et de la correction à distance.

## SESSIONS

Paris

- 13 mars au 2 avril 2019
- 25 novembre au 16 décembre 2019
- 11 au 30 mars 2020

# Vendre ses sujets

Mettre en place une stratégie pour mieux proposer et vendre ses sujets.

## PROGRAMME

### Rédiger un synopsis pour vendre ses sujets

- Connaître le rôle du synopsis.
- Rédiger un synopsis : formuler une idée, vérifier sa pertinence et sa faisabilité.
- Présenter son sujet de manière attrayante sans en dire trop.
- Valoriser son synopsis : en faire une carte de visite pour présenter son savoir-faire.
- Protéger son synopsis.

### Vendre son angle en mode sprint

- Acquérir une rigueur dans la formulation de son angle.
- Formuler son angle de manière efficace pour convaincre rapidement.
- Argumenter sur des angles complémentaires.
- Mise en situation : 20 secondes pour convaincre dans l'ascenseur, 3 minutes à la machine à café, 5 minutes au téléphone.

### Pigiste : un journaliste à l'affût

- Connaître ses droits et les faire respecter.
- Trouver des idées de sujets en permanence.
- Appliquer des méthodes pour faire germer des idées.
- Constituer et entretenir son réseau.
- Cibler les publications à démarcher selon ses sujets.
- Adopter des méthodes et des outils de travail pour gérer son temps de journaliste et de commercial.

### Pitcher son sujet

- Connaître les grandes règles du pitch.
- Utiliser la règle du KISS.
- Du sales pitch à l'elevator pitch.
- Penser à la phrase d'accroche : le grab.
- Activer le "call to action".

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43131

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1335 €

### OBJECTIFS

Utiliser le synopsis comme un outil de cadrage.  
Présenter son sujet en s'appuyant sur le storytelling.  
Connaître le statut particulier du pigiste.

### PRÉREQUIS

Être amené à proposer ses pages à des chefs de service, des rédacteurs en chef.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 040643

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mises en situation ludiques et concrètes, atelier pratique.

## SESSIONS

Paris

- 15 au 17 mai 2019
- 28 au 30 octobre 2019
- 16 au 18 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Écrire pour être lu

Acquérir les techniques rédactionnelles pour proposer des articles plus percutants aux lecteurs.

FORMAT

**PRÉSENTIEL**



**PROGRAMME**

**Connaître les principes essentiels**

- Comprendre les attentes des lecteurs.
- Découvrir les niveaux de lecture.
- S'appuyer sur les lois de proximité.
- Les critères de sélection de l'information.
- Mesurer l'impact du numérique sur les nouveaux modes de consommation de l'information.

**Maîtriser le message essentiel**

- Qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi ? Les six questions fondamentales que se pose le lecteur, auxquelles doit répondre le journaliste.
- Maîtriser le sujet de son article.
- Exercices d'identification du message essentiel : les 5W.
- Rédiger des brèves.
- Rédiger en 280 signes : maîtriser les 5W pour les réseaux sociaux.

**Choisir un angle**

- Prendre en compte les lois de proximité.
- Définir la notion d'angle.
- Différencier le sujet de l'angle.
- Connaître des techniques de choix d'angle.
- Visualiser les angles avant d'écrire.
- Préparer et rédiger un synopsis.
- Proposer ses sujets en conférence de rédaction.
- À partir d'un sujet, décliner des angles pour le print, le web, les réseaux sociaux.

**Trouver et vérifier ses informations**

- Connaître les différentes sources des journalistes.
- Instaurer la bonne distance avec les sources.
- Utiliser Internet comme source d'informations : avantages et limites.
- Optimiser la recherche avec les moteurs.
- S'appuyer sur les réseaux sociaux pour mettre en place une veille d'informations ciblée.

- Valider les informations et les documents provenant du web.
- Appliquer des principes déontologiques dans sa démarche journalistique.

**Hiérarchiser l'information dans son article**

- Connaître les différents plans possibles : caractéristiques, avantages et inconvénients.
- Distinguer les plans de la presse quotidienne, ceux de la presse magazine, ceux pour les sites d'infos.
- Adapter la construction de l'article au sujet et à l'angle.
- Travailler l'enchaînement des séquences au sein de l'article.

**Rédiger son article**

- Vaincre la peur de la page blanche.
- Choisir le mot juste.
- Travailler la construction des phrases.
- Rendre l'écriture vivante et rythmée.
- Appliquer des méthodes de créativité au service de l'enrichissement du style.

**Faciliter le parcours de lecture : l'habillage des articles**

- Articuler les titres et les chapô, les titres et les exergues.
- Veiller au rapport titre / image / légende.
- Adapter le titre et l'attaque aux genres journalistiques.
- Soigner l'attaque et la chute.
- Chuter l'article en cohérence avec l'attaque.
- Connaître les notions de base du référencement et son impact sur la rédaction des titres pour le web.

**Connaître les genres journalistiques**

- Maîtriser la technique du compte rendu.
- S'initier au genre journalistique le plus transversal : l'interview.
- Connaître les spécificités du reportage et du portrait.
- Appliquer un traitement journalistique à des sujets complexes.

**Maîtriser la prise de notes**

- Conseils pratiques : noter efficacement.
- Conférence de presse simulée.
- Rédaction d'un compte rendu.

**Réaliser un reportage sur le terrain**

- Préparer son reportage avant le départ sur le terrain et penser au brief de retour.
- Collecter les informations sur le terrain : tous les sens en éveil.
- Rédiger son reportage.
- Suivi individuel lors de ces différentes étapes.

**Nombreux travaux pratiques pendant les deux semaines**

**Sortie sur le terrain**

**INITIATION**

Code : 43010

🕒 10 jours - 140 heures

💰 Prix HT : 2830 €

**OBJECTIFS**

Identifier les 5 missions fondamentales du journaliste. Connaître les centres d'intérêt des lecteurs, les lois de proximité. Appliquer les techniques d'écriture journalistique quel que soit le média. Découvrir les genres journalistiques.

**PRÉREQUIS**

Avoir une première expérience dans l'écriture journalistique.

**PUBLIC CONCERNÉ**

Journalistes tous médias ressentant le besoin d'ancrer les fondamentaux pour renforcer leur pratique professionnelle.

**Code DOKÉLIO : 024370**

**APPROCHE PÉDAGOGIQUE**

Présentation interactive, nombreux exercices, reportage sur le terrain, rédaction.

**SESSIONS**

**Paris - en 10 jours**

- 21 janvier au 1<sup>er</sup> février 2019
- 18 au 29 mars 2019
- 19 au 30 août 2019
- 14 au 25 octobre 2019
- 20 au 31 janvier 2020

**Paris - En 5 + 5 jours**

- 20 au 24 mai 2019 puis du 17 au 21 juin 2019
- 18 au 22 novembre 2019 puis du 9 au 19 décembre 2019

FORMAT

# BLENDED



## AVANT

- 1- Questionnaire amont – Évaluation de votre niveau sur l'écriture avant la formation.**
- 2- Parcours VOD – Écrire pour être lu, ça s'apprend !**  
 Chapitre 1 : Décoder l'écriture informative  
 Chapitre 2 : Soigner son style  
 Chapitre 3 : Jouer avec les nouveaux formats éditoriaux
- 3- Classe en direct à distance**  
 Pour faire le point sur les apports du parcours VOD et répondre aux questions qui en découlent.
- 4- Exercice d'écriture à réaliser à distance.**
- 5- Classe en direct à distance**  
 Débrief collectif des exercices pour approfondir les points abordés lors du parcours VOD. Envoi des corrections personnalisées.
- 6- Documents pédagogiques et e-ressources à télécharger.**
- 7- Document à télécharger**  
 Préparer sa prise de notes.
- 8- Document à télécharger**  
 Prendre des notes.
- 9- Vidéo à visionner**  
 Connaître des techniques pour réussir sa prise de notes.
- 10- Classe à distance en direct**  
 Faire le point sur les apports de ces documents et les questions qui en découlent. Réalisation d'un exercice en direct.
- 11- Document à télécharger**  
 Exploiter ses notes.
- 12- Classe à distance en direct**  
 Aborder les questions déontologiques autour de la prise de notes.

## PENDANT

- 13- 7 jours de présentiel**
- Trouver et vérifier ses informations**
- Hiérarchiser l'information dans son article**
- Rédiger son article**
- Faciliter le parcours de lecture : l'habillage des articles**
- Connaître les genres journalistiques**
- Exercices d'application**

## APRÈS

- 14- Questionnaire aval – Mesurer l'évolution de vos savoir-faire et être en écriture journalistique.**

## INITIATION

Code : 43010BL

🕒 10 jours | 70 heures

💰 Prix HT : 2265 €

### OBJECTIFS

Identifier les 5 missions fondamentales du journaliste.  
 Connaître les centres d'intérêt des lecteurs, les lois de proximité.  
 Appliquer les techniques d'écriture journalistique quel que soit le média.  
 Découvrir les genres journalistiques.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans l'écriture journalistique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias ressentant le besoin d'ancrer les fondamentaux pour renforcer leur pratique professionnelle.

**Code DOKÉLIO : 024370**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation mixant distanciel et présentiel, en variant les modalités pédagogiques : classe à distance synchrone, quiz amont/aval, vidéos, exercices de terrain, présentation interactive, communauté d'apprenants

## SESSIONS

Paris

5 au 28 juin 2019

27 novembre au 20 décembre 2019

# Journaliste d'investigation

Acquérir la méthodologie de l'enquête et l'appliquer en réalisant un travail d'investigation au fil des modules, en étant accompagné par des journalistes chevronnés.

BEST OF

## PROGRAMME

## MODULE 1

## L'enquête entre l'analytique et l'humain

- Connaître la place de l'enquête parmi les genres journalistiques : quand et pourquoi conduire une enquête ?
- Envisager une enquête de préférence à un reportage : la pertinence du genre journalistique.
- Identifier les qualités requises pour s'engager dans une enquête.
- Travailler sur la gestion personnelle du temps, de la concentration et de l'énergie nécessaire à la période de l'enquête.

## MODULE 2

## L'enquête, caractéristique d'un genre

- Illustration d'investigations journalistiques au long cours (société, faits divers, social/santé, économique, politique, portraits...).
- Décrypter des enquêtes exemplaires : démontrer la méthode mise en œuvre, les différentes étapes.
- Choisir le sujet d'enquête.
- Préciser son sujet d'investigation : état des lieux et thèmes appropriés à ce genre journalistique.
- Comprendre l'importance du travail de pré-enquête.

## MODULE 3

## Adapter le travail avec les sources

- Debrief sur les sujets de chaque participant après recherches et choix définitif des sujets.
- Repérer les personnes-ressources : réaliser une cartographie des sources.

- Connaître les différents types de sources et ce qu'elles peuvent apporter.
- Prendre contact avec ses sources : se présenter, présenter son travail, etc.
- Le *détour* obligatoire par les « *sources ouvertes* » : ce qu'elles peuvent apporter.
- Se fixer des objectifs, protéger les sources, choisir le lieu du rendez-vous, définir la trame de son interview, l'ordre des questions.
- Comment le datajournalisme enrichit l'investigation (Wikileaks, Offshoreleaks, Panama papers, etc.).

## MODULE 4

## Franchir les obstacles dans la progression de l'enquête

- Établir un bilan de l'avancée des enquêtes des participants.
- Croiser ses sources et vérifier les informations.
- Adapter son hypothèse de travail.
- Élargir le cercle de sources et contacter des sources indirectes, parfois très renseignées.
- Respecter le contradictoire.
- Contourner le risque de diffamation.
- Éviter le filtre de la communication, manier le off, percer le secret des « *boîtes noires* », valider les documents.
- Rédiger un synopsis pour synthétiser l'histoire.
- Cibler les éléments dramatiques d'un agrégat d'informations.
- Construire une architecture à partir du moindre détail.
- Créer des angles parallèles au récit.

## MODULE 5

## Rédiger l'enquête

- Connaître les particularités de la rédaction sur format long : les méthodes pour le papier de 15 000 signes.
- Identifier différentes techniques pour dégager le plan.
- Travailler la place de l'action, des personnages et du cadre dans le corps du récit : la solution de l'encadré.
- Organiser ses informations dans la masse de celles recueillies lors des différents entretiens et des recherches.
- Exercices d'élaboration du plan des enquêtes de chaque participant.
- Exercices de synthèse et d'écriture sur une partie ou toute l'enquête.
- Journée de débrief sur les enquêtes des participants : comment lever les derniers écueils pour mettre un point final au travail d'investigation.
- Rendu final à la fin de la première journée.
- Bilan des enquêtes de chaque participant : regard bienveillant et collectif sur les réalisations de chacun.
- Vendre son enquête journalistique : conseils et précautions à observer.
- Session à distance : les applications de la formation sur le terrain.

## MODULE 6

## CV REX

- À distance, présentation de ce que vous avez réalisé depuis la fin de la formation.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 43111

🕒 16 jours - 113 heures

💰 Prix HT : 4890 €

## OBJECTIFS

Découvrir la méthodologie de l'enquête.

Appliquer ses techniques spécifiques, travailler ses sources. Réaliser et restituer une enquête journalistique à l'issue de la formation.

## PRÉREQUIS

Être à l'aise dans la pratique journalistique, la recherche aguerrie d'information. venir en formation avec une idée de sujet d'enquête.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024685

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, accompagnement personnalisé. Travaux d'écriture avec accompagnement personnalisé.

Échanges, débrief collectif.

Échanges en classe à distance synchrone avec le formateur, trois mois après la fin de la formation, sur la mise en application des acquis de la formation en situation de travail.

## SESSIONS

## Session 1

25-26 février 2019  
18 au 20 mars 2019  
10 au 12 avril 2019  
15 au 17 mai 2019  
5 au 7 juin 2019  
1er-2 juillet 2019

## Session 2

12-13 septembre 2019  
7 au 9 octobre 2019  
23 octobre 2019  
4 au 6 novembre 2019  
27 au 29 novembre 2019  
16 au 18 décembre 2019  
13-14 janvier 2020  
16 avril 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réussir son reportage

Maîtriser ce genre pour faire vivre au lecteur un événement comme s'il y était.

## PROGRAMME

### Définir le reportage

- Se familiariser avec un genre informatif sensuel.
- Connaître les différents types de reportages : reportage d'actualité, reportage-magazine et reportage-enquête.

### Préparer un reportage

- Rechercher des sujets et des angles originaux de reportage.
- Vérifier les informations avant d'aller sur le terrain.
- Mettre ses sens en action : s'entraîner à l'observation, à l'écoute, au goût et au toucher.
- Intégrer les principes de l'interview au reportage.
- Préparer un grand reportage.
- Prendre des contacts pour un reportage à l'étranger.

### Rédiger son reportage

- Hiérarchiser les informations recueillies, construire son récit.
- Recourir aux procédés rhétoriques.
- Soigner les scènes d'attaque et de chute.

### Réaliser un reportage d'actualité

- Les informations qui différencient le reportage du compte rendu.
- Appliquer des principes déontologiques à chaque étape de réalisation de son reportage.

### Réaliser un reportage dans le style magazine

- Conférence de rédaction sur les angles et les lieux.
- Miser sur une écriture courte et rythmée, avec des verbes actifs.
- Répartir les citations et les descriptions.
- Varier la relance à chaque paragraphe pour captiver le lecteur.

### Exercices d'écriture de son reportage

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43022

- 4 jours | 28 heures
- Prix HT : 2070 €

### OBJECTIFS

Comprendre les particularités de ce genre journalistique. Appliquer les techniques de recueil de l'information sur le terrain faisant appel au sens. Intégrer dans son reportage print ou web les éléments qui rendent sa lecture unique.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024473

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, applications pratiques, reportages sur le terrain, rédaction et conseils.

## SESSIONS

Paris

- 25 au 28 mars 2019
- 21 au 24 octobre 2019
- 24 au 27 mars 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 24/01/2019  
Le 3/07/2019  
Le 27/01/2019  
Durée ; 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

# Réaliser un portrait

Maîtriser la méthodologie pour réaliser un article-portrait, saisir la vérité d'un personnage et l'offrir au lecteur.

## PROGRAMME

### Se familiariser avec l'art du portrait

- Repérer la place du portrait parmi les différents genres journalistiques.
- Faire la différence entre le portrait et la biographie.
- Les portraits à la française, à l'anglo-saxonne.

### Acquérir les techniques du portrait

- Repérer les informateurs : techniques d'approche.
- Appliquer la technique de l'escargot.
- Utiliser des témoignages.
- Identifier les dates charnières et les événements de rupture.
- L'importance de la recherche d'archives.

### Tirer le meilleur parti de la première rencontre

- S'inspirer du cadre, des circonstances, de l'attitude du personnage.
- Gagner la confiance pour susciter confidences et opinions.
- Élaborer le questionnaire.

- Exploiter les contradictions : les précautions à prendre.
- Déjouer l'habileté d'un interlocuteur.

### Expérimenter les méthodes de préparation

- Choisir l'angle au portrait.
- Rigueur de l'information : la méthode d'encerclement.
- Où observer le personnage et où le rencontrer ?

### Rédiger le portrait

- Choisir un plan : l'organisation préalable à l'écriture.
- Disséminer dans le texte la matière collectée : détails, citations, anecdotes et descriptions.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 43026

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1270 €

### OBJECTIFS

Connaître les caractéristiques de ce genre journalistique. Réaliser le travail préparatoire à la rencontre. Rédiger son article-portrait.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024694

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques de préparation d'article, conseils personnalisés.

## SESSIONS

Paris

- 13-14 mars 2019
- 23-24 septembre 2019
- 12-13 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Rédiger un article d'opinion

Glisser des commentaires et des opinions dans des articles, des édito, pour donner une autre dimension à l'information.

## PROGRAMME

### Comprendre l'importance de cette tendance journalistique

- Différencier l'information et le commentaire.
- Cerner la volonté des lecteurs: penser autrement, personnaliser le contenu, créer le débat.
- Identifier les dangers à éviter avec ces articles.

### Découvrir les différents types d'articles d'opinion

- Comparer des édito, des Top/Flop, des En hausse/En baisse, des Coups de griffes/Coups de cœur, notes, billets d'humeur, débat TV, radio ou web.
- Trouver son style d'article.

### Se préparer à l'écriture d'un édito

- Choisir l'information qui servira de base au futur commentaire.
- Choisir l'angle du commentaire.
- Rechercher des contenus, se documenter sur le web, chercher des sources.
- Construire le plan de son édito.

### Écrire un article neutre

- Exercice d'écriture pour traiter simplement l'information brute.

### Écrire un commentaire

- Reprise de la version "info brute" à réécrire en version commentée.
- Accorder du temps à la réécriture: rechercher les éventuelles erreurs ou manquements, améliorer la force de la prise de position.

### Gérer le service après-vente de son édito

- Utiliser les réseaux sociaux.
- Répondre, ou pas, aux réactions du débat suscité.
- Réagir quand on se trompe.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43128

1 jour | 7 heures

Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Découvrir les différents types d'articles d'opinion. Appliquer les caractéristiques d'un article d'opinion. Commenter l'information de manière pertinente pour ses lecteurs.

### PRÉREQUIS

Pratiquer le journalisme depuis plusieurs années.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 040636

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, travaux pratiques d'écriture.

## SESSIONS

Paris

25 février 2019

25 octobre 2019

# Rédiger une critique

Développer son sens critique en vue d'adopter le style pour enrichir les rubriques Culture, Société, Loisirs de son média.

BEST OF

## PROGRAMME

### Acquérir une tournure de l'esprit

- La critique n'est pas une activité intellectuelle neutre.
- Respecter le devoir de passerelle entre auteur et lecteur.
- Connaître les défis, enjeux et tentations de la critique.
- Se familiariser avec les catégories de la critique.
- Comment naît l'esprit critique : les premiers pas.
- Accepter les réactions affectives : recevoir et restituer.
- Former son jugement : travers à bannir, postures à proscrire, écueils à contourner.

### Affiner l'angle d'approche et la collecte d'informations

- Percevoir et comprendre une œuvre : l'émotion primordiale.
- Déjouer les impressions trompeuses.
- Identifier le talent d'un créateur et distinguer sa différence.

### Découvrir le style d'écriture de la critique

- Rester impartial : le juste milieu entre l'éloge aveugle et la critique au scalpel.
- Choisir le plan propre à la critique ou quand le commentaire devient l'information essentielle.
- Brosser la silhouette d'un artiste : l'art du portrait.
- Rencontrer l'auteur: un plus... à maîtriser !
- La nécessaire maîtrise de la langue et l'indispensable réécriture de l'article.
- Recourir aux figures rhétoriques.
- Supprimer les clichés, les poncifs, les lieux communs.
- Exercices de réécriture d'attaques de paragraphes.
- Maîtriser l'art de la chute: la force de l'effet de la dernière ligne.

### Travaux pratiques de rédaction

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43114

4 jours | 28 heures

Prix HT : 1495 €

### OBJECTIFS

Développer son sens critique en vue d'adopter le style pour enrichir les rubriques Culture, Société, Loisirs de son média.

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024680

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices d'écriture, mise en situation sur le terrain avec rédaction d'un article suivi d'une correction personnalisée à distance.

## SESSIONS

Paris

22 mai au 11 juin 2019

18 novembre au 9 décembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réussir son interview

Acquérir une méthode efficace pour recueillir et rédiger des informations nouvelles et des opinions originales.

## PROGRAMME

### Distinguer les différents types d'interviews

- Balayer les différentes interviews possibles.
- Gérer la pression de la réaction à chaud.
- S'adapter aux particularités de l'interview par téléphone.

### Élaborer son questionnaire

- Identifier l'interlocuteur selon son angle.
- Étudier la documentation sur le personnage rencontré, les thèmes à aborder.
- Préparer ses questions avec une progression logique.
- Se renseigner sur les questions difficiles.
- Traquer le détail et le chiffre précis.
- Nouer la relation préalable avec l'interlocuteur.
- Négocier l'envoi préalable de la grille de questions.

## Conduire l'interview

- Se préparer avant l'interview.
- Prendre des notes pendant l'interview.
- L'intérêt et l'inconvénient d'enregistrer l'interview.
- Quand introduire de la distance et quand « copiner » ?
- S'appuyer sur son questionnaire, s'en affranchir.
- Le rôle de la question ouverte, de la question fermée.
- Rebondir sur une réponse.
- Respecter le « on » et le « off ».

## Rédiger l'interview : transcrire le langage oral

- Hiérarchiser l'information recueillie.
- Utiliser des observations périphériques et des indices de personnalité pendant la rencontre.
- Appliquer des principes déontologiques à chaque étape de réalisation de son interview.

## Travaux pratiques, réalisation d'interviews

## PERFECTIONNEMENT

Code : 43020

4 jours | 28 heures

Prix HT : 2070 €

## SESSIONS

Paris

4 au 7 février 2019

4 au 7 novembre 2019

3 au 6 février 2020

## OBJECTIFS

Se familiariser avec les différentes formes d'interviews. Préparer son interview avant le RV. Réaliser l'interview et la transcrire ensuite pour le print et/ou le web.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024471

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, réalisation d'interviews, rédaction, conseils.

# Mener une enquête

Acquérir une méthodologie pour conduire le travail d'investigation sur le terrain puis rédiger.

## PROGRAMME

### Connaître les spécificités de l'enquête

- Quand et pourquoi conduire une enquête ?
- Identifier les différents types d'enquêtes.
- Connaître les composantes de l'enquête.
- Partir en enquête : vaincre angoisses et réticences.
- Gérer le temps de l'enquête.

### Rechercher les informations

- Exploiter au mieux sa documentation, son carnet d'adresses.
- Faire d'Internet son allié pour trouver de nouveaux éléments.

### Lier des relations avec ses sources

- Préparer ses entretiens.
- Recourir aux services officiels.
- Gérer les relations avec le monde judiciaire.
- Travailler en milieu hostile : se couvrir et couvrir ses sources.
- Les spécificités de l'enquête en locale.

## Réaliser une enquête

- Établir un budget prévisionnel en temps et en coût.
- Utiliser au mieux ses ressources documentaires.

## Connaître les étapes d'avancée d'une enquête

- Reporting sur la matière collectée et les rendez-vous.
- Premières recherches en vue de la rédaction d'un synopsis.
- Perfectionnement aux techniques d'interview et au recueil de témoignages dans le cadre de l'enquête.

## Rédiger son enquête

- Travaux pratiques d'écriture de synopsis.
- Ordonner les éléments : reportage, interview, documents.
- Étoffer le récit d'enquête.
- La chair de l'article : les astuces pour une écriture vivante.

## Suivi des travaux individuels et commentaires personnalisés

## PERFECTIONNEMENT

Code : 43024

5 jours | 35 heures

Prix HT : 2145 €

## SESSIONS

Paris

15 au 19 avril 2019

18 au 22 novembre 2019

## OBJECTIFS

Développer sa recherche d'informations dans le cadre de son enquête. Pratiquer des techniques d'écriture spécifiques pour dynamiser son enquête sur la longueur.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles et la recherche d'informations.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024475

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples, recherche de sujets propres à l'enquête, rencontres avec des journalistes d'investigation, conseils et pistes de travail.

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Enquêter sur le continent africain

Acquérir une culture de base sur ce continent et connaître les aspects pratiques du reportage sur le terrain en Afrique.

## PROGRAMME

### Acquérir une culture générale de base à propos du continent

- Balayage de quelques dossiers chauds : les organisations djihadistes au Sahel et en Afrique de l'Est, la guerre en République Démocratique du Congo, les dossiers africains de la Cour pénale internationale (selon l'actualité).

### Connaître les aspects pratiques du reportage en Afrique

- Gérer les modalités administratives.
- Tenir compte des questions sanitaires.
- Prendre en compte les modalités de déplacement sur place.
- Intégrer les questions de sécurité.
- Gérer les questions de communication : fixing, interprétariat et malentendus culturels.

### Travailler avec les humanitaires

- S'appuyer sur les humanitaires comme source d'informations sur les questions de sécurité, pour des idées de reportage.
- Enquêter sur les humanitaires : financement de groupes armés et efficacité de l'aide.

### Travailler avec les groupes armés

- Accéder aux chefs de guerre.
- Interviewer et observer les groupes armés : aspects éthiques.

### Déjouer quelques clichés communs

- Se méfier des "guerres inter-ethniques".
- Aborder la question des "minerais de sang".
- Traiter la question des épineuses "traditions ancestrales".

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43133

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1270 €

## OBJECTIFS

Travailler avec les humanitaires et les groupes armés.  
Connaître les principaux aspects pratiques du reportage en Afrique.  
Éviter quelques clichés.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du journalisme.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 058176

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples, exercices pratiques, échanges.

## SESSIONS

Paris

25-26 mars 2019

19-20 septembre 2019

26-27 mars 2020

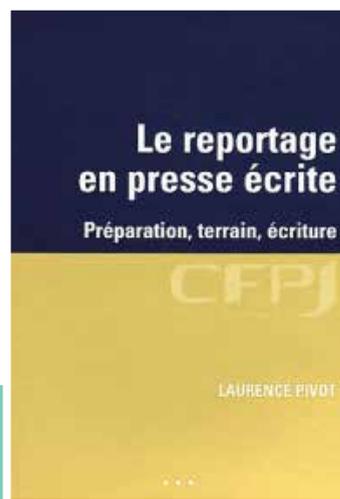
# CFPJ ÉDITIONS

## LAURENCE PIVOT

Entre ses deux années d'études au CFJ, Laurence Pivot est partie seule deux mois en Alaska, au grand dam de ses professeurs, qui auraient préféré qu'elle fasse un stage en PQR... Mais l'appel du large était plus fort. Ses chroniques alaskanes ont été publiées dans Libération et lui ont donné le virus du reportage. Elle devient reporter indépendante pour la presse magazine (Marie-Claire, VSD, Grands Reportages, etc.). Des États-Unis à la Papouasie Nouvelle-Guinée, elle a bien « joué à Tintin ». Après avoir créé, en 1996, le magazine de voyages Cargo, elle émigre à Montréal, d'où elle a continué à faire des reportages et des documentaires audiovisuels aux quatre coins du monde. Dix ans plus tard, revenue en France, elle dirige actuellement des hors-séries pour L'Express.

## “ Nos équipes à votre écoute

Contactez-nous : 01 44 09 22 28  
ou par e-mail : [editions@cfpj.com](mailto:editions@cfpj.com)  
ou consultez la rubrique édition  
de notre site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)



CF024 - 152 pages -  
ISBN : 978-2-35307-021-3

28,50 € + PORT

Préparation, terrain, écriture

À travers de nombreux témoignages de reporters (dont beaucoup de lauréats du prix Albert Londres) et de reportages décryptés, ce guide est un outil pratique pour aider les nouveaux reporters à se lancer.

# TÉLÉVISION



La formation m'a permis de comprendre comment mieux construire mes reportages en travaillant les séquences en amont.

**Cédric**  
Journaliste en TV

Participant à la formation «Concevoir un reportage pour la TV» page 116

# Concevoir un reportage pour la télévision



Définir un angle, recueillir l'information sur le terrain et la mettre en forme pour couvrir l'actualité.

## INITIATION

Code : 45009

🕒 5 jours | 35 heures

💰 Prix HT : 2685 €

## PROGRAMME

### Préparer le reportage

- Définir un angle.
- Repérer ses contacts et choisir ses interlocuteurs.
- Faire la construction théorique du reportage : hiérarchiser et mettre en images l'actualité.
- Appliquer les règles déontologiques tout au long de son reportage.

### Réussir son reportage TV

- Respecter les règles de base de l'interview.
- Varier les plans d'illustration.
- Gérer la contrainte horaire : aller à l'essentiel.
- Intégrer le travail collectif dans le reportage : identifier le rôle de chacun.

### Maîtriser les étapes du montage

- Accorder du temps au dérushage.
- Sélectionner ses séquences.
- Choisir les sonores.
- Mettre en place le plan de montage pour valider l'enchaînement des différentes séquences.
- Gérer la durée impartie.

### Écrire le commentaire

- S'initier au rapport texte/image.
- Rédiger son commentaire sur image : adopter un style vivant et direct.

### Mixer sa voix

- Jouer avec sa voix : l'intonation, le rythme, le débit...
- Utiliser la respiration pour bien poser sa voix.

## OBJECTIFS

Préparer son reportage avant d'aller sur le terrain.  
Acquérir les bons réflexes pour réussir son reportage sur le terrain.  
Rédiger son commentaire sur image.

## PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
**Code DOKÉLIO : 024482**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices sur le terrain, réalisation de reportages.

## SESSIONS

### Paris

13 au 17 mai 2019

16 au 20 septembre 2019

9 au 13 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Parcours

### Rédacteur TV

**Concevoir un reportage à la télévision**

5 jours

Page 116

**S'initier au commentaire sur image**

5 jours

Page 118

**Le travail de la voix**

2 jours

Page 123



# Maîtriser l'interview à la télévision

Conduire une interview efficace, en direct ou enregistrée : rebondir, anticiper et ne pas se laisser déborder.

## PROGRAMME

### Préparer l'interview

- Identifier les différents types d'interlocuteurs et d'invités : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...
- Choisir le bon interlocuteur et définir un angle.
- Se documenter et s'informer.
- Regrouper ses questions par thème.
- Hiérarchiser son questionnaire : soigner son introduction et prévoir la conclusion.
- Préparer l'interview avec son invité : ne pas trop en dire hors antenne.

### Conduire l'interview

- Reformuler une question, relancer son interlocuteur.
- Insister sans être agressif : combattre la langue de bois.
- Pratiquer l'écoute active : rebondir pour en savoir plus.
- Désamorcer une situation tendue.
- S'adapter en cas de dérapage ou d'imprévu.

### Respecter le temps imparti

- Canaliser son interlocuteur et garder la maîtrise de l'entretien.
- Interrompre un invité trop bavard.

### Travailler l'interview sur la forme

- Adopter la bonne posture et trouver son « regard caméra ».
- Gérer l'interview à l'extérieur : tirer parti de l'environnement.
- Connaître la scénographie de l'interview en plateau : le placement, les éléments du décor.

### Exercices d'application : jeux de rôles et passage en studio

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45007

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1695 €

### OBJECTIFS

Acquérir la méthodologie pour réaliser une interview en TV.  
Préparer son interview.  
Réussir son interview en respectant le temps imparti.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024481

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices de mise en situation de réalisation d'interview sur des thèmes d'actualité.

## SESSIONS

Paris

16 au 18 janvier 2019

30 octobre au 1<sup>er</sup> novembre 2019

15 au 17 janvier 2020

# Enquêter à la télévision

Comprendre et décrypter la spécificité de l'enquête en télévision. Maîtriser la mise en forme et s'essayer au genre.

## PROGRAMME

### Comprendre les mécanismes de l'enquête à la télévision

- L'enquête en TV : un exercice de démonstration.
- Établir un fait, une vérité "cachée".
- Appliquer les règles déontologiques tout au long de son enquête.

### Différencier les genres d'enquêtes

- Connaître les différents genres d'enquêtes (actualité, société, investigation).
- Identifier les différents formats : JT ou magazine d'information.

### Préparer une enquête

- Trouver un angle original.
- Lancer des recherches documentaires, multiplier ses sources.
- Choisir ses personnages, construire les séquences.

### Construire son projet au long cours

- Caler ses tournages, anticiper les mauvaises surprises.
- Définir les enjeux par séquence.
- Varier les plans d'illustration, la mise en images.
- Éviter de se faire manipuler.

### Écrire avant de tourner

- Rédiger un synopsis clair et vendeur.
- Organiser un séquenceur.

### Gérer le tournage

- Anticiper le temps de tournage.
- Demander les autorisations.
- Laisser tourner la caméra.
- Rassurer un témoin, le mettre en confiance.
- S'adapter aux changements de dernière minute.

### Soigner le montage

- Organiser le dérushage.
- Bâtir un plan de montage.
- Connaître les particularités de l'écriture d'une enquête TV.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45046

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1695 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les étapes de préparation de l'enquête TV.  
Tourner et rédiger l'enquête.  
Maîtriser les étapes de l'enquête TV de A à Z.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles et venir en formation avec des idées de sujets d'enquête.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision.

Code DOKÉLIO : 024483

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques et retours d'expériences.

## SESSIONS

Paris

25 au 27 mars 2019

9 au 11 octobre 2019

23 au 25 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# S'initier au commentaire sur image

Comprendre le rapport texte/image pour acquérir les bases de l'écriture télé.

## PROGRAMME

### Intégrer les fondamentaux du commentaire sur image

- Connaître les différences entre la radio et la télévision.
- Lire et interpréter une image.
- Raisonner en séquences.

### Construire son sujet

- Répartir l'information : le lancement, les éléments du commentaire.
- Choisir les sonores.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme.

### Respecter le rapport texte/image

- Décrire sans faire de paraphrase.
- Maîtriser la rédaction de son commentaire sur image : lancer les sonores, faire vivre les ambiances, calibrer son texte.
- Peaufiner l'attaque : par quoi commencer ?
- Conclure et éviter les poncifs.

### Poser sa voix et faire vivre son texte

- Se familiariser avec le travail de la voix : trouver les intonations, canaliser le débit...
- S'appuyer sur la respiration, prendre la bonne posture.
- Gérer le stress.

### Travail avec un comédien

## INITIATION

Code : 45012

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2595 €

### OBJECTIFS

S'initier aux fondamentaux du commentaire sur image. Comprendre le principe du rapport texte/image. Rédiger son commentaire sur image.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

**Code DOKÉLIO : 024477**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices pratiques, rédaction de commentaires, enregistrement de la voix, travail avec un comédien.

## SESSIONS

Paris

11 au 15 mars 2019  
20 au 24 mai 2019  
16 au 20 décembre 2019  
9 au 13 mars 2020

# Tenir une édition spéciale sur le terrain

Organiser le déroulé d'une édition spéciale. Tenir l'antenne : présentation, duplex, invités, en lien avec la rédaction.

## PROGRAMME

### Découvrir l'édition spéciale et ses impératifs

- Étude d'exemples d'éditions spéciales : les " programmées " (14 juillet, etc.) et les hot news.
- Identifier les acteurs de l'édition spéciale : rédacteur en chef, chef d'édition, journalistes de terrain, etc.
- Répartir les rôles et définir le timing de l'antenne.
- Gérer les flux d'informations.
- Gérer les intervenants.
- Favoriser les interactions au sein d'une spéciale : la régie, les envoyés spéciaux, les spécialistes plateaux, les réseaux sociaux, etc.

### Tenir l'antenne et gérer une édition spéciale

- Exercice pratique de présentation.
- Mettre en place le storytelling d'une édition spéciale.
- Affiner la pertinence et le tri des hot news en live.
- Bousculer l'antenne en fonction de l'actualité.
- Être réactif à l'antenne, la faire vivre en permanence.
- Gérer les imprévus en direct.
- Conclure l'édition spéciale.
- Appliquer les règles déontologiques.

## INITIATION

Code : 45065

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

Découvrir les ressorts d'une édition spéciale en TV. Mettre en place une édition spéciale pour un événement prévu ou une grosse actualité. Tenir l'antenne et maîtriser le déroulé d'un édition spéciale.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme TV.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision.

**Code DOKÉLIO : 024495**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques et mises en situation.

## SESSIONS

Paris

29 - 30 avril 2019  
28 - 29 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Améliorer l'écriture de ses sujets

Bannir les tics d'écriture, enrichir son vocabulaire et mieux valoriser ses tournages.

BEST  
OF

## PROGRAMME

### Revisiter ses pratiques professionnelles

- Se défaire des mauvaises habitudes.
- Identifier ses facilités d'écriture.
- Revoir sa méthode.

### Reprendre les fondamentaux

- Raconter, informer, décrypter : le vocabulaire, les verbes.
- Le rapport texte/image.
- Enrichir et valoriser l'image.

### Se réapproprier son style

- Enrichir son vocabulaire.
- Bannir poncifs, clichés et tics de langage.
- Le rythme, l'attaque, la chute.
- Le lancement des sonores.

### Valoriser son reportage

- Mieux exploiter ses rushes.
- Laisser vivre les ambiances.

### Mieux utiliser sa voix

- Écrire pour être écouté.
- Travailler la diction, l'accentuation, l'intonation.

### Nombreux exercices d'écriture sur des sujets d'actualité

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45060

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

Reprendre son style d'écriture en repérant ses tics, ses lourdeurs de style.  
Rédiger un commentaire sur image de qualité, adapté à sa voix et sa diction.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture TV.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes expérimentés, tous médias.

Code DOKÉLIO : 024708

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques d'écriture de commentaires sur image. Les participants sont invités à venir avec quelques unes de leurs sujets diffusés.

## SESSIONS

Paris

27 - 28 mai 2019  
7 - 8 novembre 2019

# Animer un débat à la télévision

Acquérir les techniques pour préparer et animer avec clarté un débat à la télévision, en gardant le rythme et respectant les équilibres.

## PROGRAMME

### Préparer le débat

- Analyser les différents types de débats : face à face, forum en public, seul contre tous.
- Quelle préparation pour quel genre ?
- Choisir le thème et poser la problématique.
- Se préparer et se documenter : les sources.
- Choisir ses invités.
- Hiérarchiser : concevoir le plan du débat.
- Soigner l'introduction : énoncer la problématique.
- Travailler la conclusion, le travail de synthèse.

### Concevoir la scénographie du débat

- Penser au placement des invités.
- Instaurer un dialogue avec le réalisateur.
- Maîtriser les paramètres techniques.

### Garder la maîtrise du débat

- Présenter ses invités.
- S'initier aux techniques d'interview propres au débat.
- Rebondir, interrompre, relancer.
- Faire dialoguer les invités entre eux.
- Maîtriser les dérapages.
- Appliquer les règles déontologiques.

### Exercices pratiques de mise en situation

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45022

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Préparer un débat à la télévision.  
Organiser la mise en scène du débat pour donner du rythme, gérer les temps de parole.  
Animer le débat, faire face aux imprévus.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme de télévision.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024486

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mise en situation pratique.

## SESSIONS

Paris

26 avril 2019  
25 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra

BEST OF

Plateau en direct ou enregistré : maîtriser les conditions pour réussir son passage devant la caméra.

## PROGRAMME

### Se préparer pour faire un plateau

- Définir le rôle du plateau de situation.
- Intégrer le plateau de situation dans le déroulé du reportage.
- Que dire dans un plateau de situation ?
- Mettre en place le travail de préparation.
- Éditer dans un style vivant et faire court.
- Le rôle des fiches : comment s'en passer ?
- Choisir le lieu, l'importance du cadre.
- Le rôle du JRI et le travail sur la distance et la focale.

### Maîtriser les conditions d'un plateau réussi

- Le travail de concentration et de relaxation, la respiration.
- Trouver la bonne posture.
- Travailler le regard caméra.
- Gérer un environnement hostile : bruit, public...
- Refaire une prise : le visionnage critique à chaud.

- Le cas particulier des duplex en direct.
- Se familiariser avec les techniques d'improvisation.
- Quelle conduite tenir en cas d'incident technique ?
- Le cas particulier des plateaux de situation en mouvement : apprivoiser les mouvements de caméra.

### Exercices pratiques et visionnage critique

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45011

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1295 €

### OBJECTIFS

Préparer son plateau de situation. Maîtriser tous les paramètres pour passer devant la caméra. Gagner en aisance devant la caméra.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme de télévision.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024488

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices en mises en situation concrètes.

## SESSIONS

Paris

6 - 7 mai 2019  
4 - 5 novembre 2019

# La chronique à la télévision

BEST OF

Maîtriser l'exercice de la chronique TV dans l'écriture et la posture.

## PROGRAMME

### Identifier les ressorts de la chronique TV

- Distinguer les différents types de chroniques.
- Faire entendre sa lecture des événements.
- Trouver son style, de l'humour à la gravité.

### Mise en situation: choisir un sujet se prêtant à la chronique et bâtir son raisonnement

### Réussir son passage devant la caméra

- Soigner l'écriture de sa chronique : raconter une histoire, accrocher l'attention et conclure.
- Créer une complicité avec le meneur de jeu.
- Travailler le regard caméra, la posture.

### Atelier pratique: rédaction de sa chronique et présentation en situation

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45076

- 🕒 1/2 journée - 4 heures
- 💰 Prix HT : 495 €

### OBJECTIFS

Identifier les différents types de chroniques à la TV. Rédiger sa chronique en soignant le fond et la forme.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture TV. Pratiquer une veille importante sur l'actualité.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024860

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

## SESSIONS

Paris

22 mars 2019  
11 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Présenter des flashes et des journaux TV

Maîtriser les étapes de préparation d'un JT, l'écriture et l'expression avec aisance devant la caméra en vue de présenter un journal ou un flash.

## PROGRAMME

### Préparer et présenter des flashes d'actualité

- Acquérir les techniques d'écriture.
- Informer dès la première phrase.
- Poser des ruptures de rythme.
- Élaborer un conducteur.

### Préparer et présenter des journaux

- Aller à l'essentiel.
- Muscler ses lancements : quelles infos, quelle durée ?
- Éviter les doublons avec le reportage.
- Éditer les titres.

### Améliorer sa posture face caméra

- Trouver la bonne posture.
- Le rôle de la respiration : la colonne d'air.
- Se familiariser avec les changements de caméra.
- Que faire de ses mains ?

## Prendre et rendre l'antenne

- Gérer des incidents techniques.
- L'importance de la voix : maîtriser le débit, l'intonation, le rythme, l'articulation.
- Trouver un ton naturel.
- Appliquer les règles déontologiques.

### Atelier d'expression avec un comédien

#### Exercices intensifs et visionnage critique

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45006

3 jours | 21 heures  
Prix HT : 1695 €

### OBJECTIFS

Élaborer un conducteur.  
Travailler les lancements.  
Adopter la bonne posture face caméra.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme télévisé.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024490

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices en plateau et jeux de rôles avec un comédien.

## SESSIONS

Paris

13 au 15 mars 2019  
21 au 23 octobre 2019  
11 au 13 mars 2020

# Présenter une tranche d'information en télévision

Maîtriser le déroulé et organiser les enchaînements des différents éléments : journaux, chroniques, duplex, invités.

## PROGRAMME

### Préparer et construire une tranche d'information

- Sélectionner et hiérarchiser les sujets.
- Rédiger des lancements percutants, des titres courts et pertinents.
- Organiser des duplex.

### Présenter une tranche d'information interactive et rythmée

- Présenter un JT à plusieurs voix.
- Anticiper les problèmes techniques.
- Trouver les bons enchaînements.

### Faire vivre l'information

- Coordonner les différents intervenants, parfois dispersés géographiquement.
- Leur donner la parole, les interviewer.
- Introduire un chroniqueur.

- Gérer l'intervention en duplex d'un envoyé spécial.
- Intégrer des vidéos, éditer des inserts (réactions sur les réseaux sociaux, sms, etc.).
- S'adapter à l'actualité en temps réel.

### Améliorer sa posture face à la caméra

- Maîtriser son assise, sa respiration, ses changements d'intonation.
- Jouer avec les changements de caméra.
- Échanger avec la rédaction en chef et la régie.
- Contrôler son regard et ses mains.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45053

5 jours | 35 heures  
Prix HT : 2895 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les étapes de préparation d'une tranche d'info en TV.  
Maîtriser les aspects techniques et journalistiques.  
Optimiser sa posture devant la caméra.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture TV.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024709

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices en plateau TV, avec la réalisation d'une tranche d'information.

## SESSIONS

Paris

25 février au 1<sup>er</sup> mars 2019  
30 septembre au 4 octobre 2019  
24 au 28 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réaliser un sujet magazine

Planifier et gérer chaque étape de la production d'un sujet magazine.  
Maîtriser ce mode de narration et les contraintes du long format.

BEST  
OF

## 2 FORMATS AU CHOIX :

### présentiel ou blended

Déroulé pédagogique du format  
blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### S'organiser avant le tournage

- 12, 26, 52 minutes... immersion, investigation, grand reportage : connaître les formats et les différents types de sujets magazines.
- Trouver et choisir les intervenants pertinents.
- Éviter la "noyade" devant l'ampleur d'un projet.
- Déterminer le contenu en anticipant la durée de séquence.
- Constituer son équipe.
- Construire un projet réaliste en anticipant les coûts, le temps, les risques.

### Gérer pendant le tournage

- Convivence et empathie, conflits et diplomatie de tournage : bien gérer la relation aux "personnages" sur la durée.
- Réaliser la séquence sans faute : entrées et sorties de champ, découpage, variations de valeurs, plans d'écoute, ambiances.
- Un idée / une séquence : poser les bonnes questions au bon moment.
- Faire vivre une séquence statique : bien réaliser une interview posée.
- Adapter le rythme de tournage aux contraintes physiques et techniques.
- Travailler en équipe pendant plusieurs jours/semaines.
- Appliquer les règles déontologiques à chaque étape de la conception.

### Finaliser après le tournage

- Débriefer et dérushier.
- Hiérarchiser les séquences.
- Réagir aux imprévus et aux mauvaises surprises.
- Construire un plan de montage : progresser dans le récit, rythmer la narration.
- Rédiger son magazine en respectant les critères du magazine TV.
- La musique : en user sans en abuser.
- Préparer le visionnage.
- Poser sa voix, adapter les styles selon les diffuseurs.
- Mixer, étalonner, habiller : ne pas négliger les dernières étapes.

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 14/01/2019  
Le 28/06/2019  
Le 21/01/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45066

🕒 5 jours | 35 heures

💰 Prix HT : 2650 €

## OBJECTIFS

Organiser le travail avant le tournage.  
Construire ses séquences.  
Finaliser son magazine.

## PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en journalisme de télévision.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision.  
**Code DOKÉLIO : 024485**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques sur les étapes de conception.

## SESSIONS

Paris

4 au 8 février 2019

25 au 29 mars 2019

23 au 27 septembre 2019

3 au 7 février 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# Le travail de la voix

Utiliser les techniques de l'acteur pour mieux poser sa voix et améliorer son expression orale.



## PROGRAMME

### Comprendre le

#### fonctionnement de la voix

- Découvrir sa voix dans un usage professionnel.
- Théorie et physiologie.

### Connaitre sa voix

- Recourir aux différents paramètres qui caractérisent la voix : le timbre, le placement, le débit, l'articulation.

### Utiliser les techniques de l'acteur

- Se concentrer sur la voix.
- Prendre en compte le rôle essentiel de la respiration.
- Du bon usage du ventre.
- Adopter la bonne posture, pour quoi faire ?
- Chauffer sa voix.
- Donner le sourire qui s'entend à l'antenne.
- Vaincre son trac pour parler clair.

### Optimiser l'usage de sa voix

- Lecture à voix haute de textes non journalistiques : fictions, fables...
- Improvisation à partir de dépêches.
- Recherche du ton le plus naturel.
- Comment éviter de "chanter".

### Exercices pratiques avec un comédien

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45004

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec sa voix et son fonctionnement.

Appliquer des techniques de comédien pour jouer de sa voix. Poser sa voix au service de l'information.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du commentaire sur image.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024981

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'improvisation et de narration, d'articulation, de décontraction et de respiration. Enregistrement en studio, écoute critique.

## SESSIONS

### Paris

25 - 26 mars 2019  
7 - 8 novembre 2019  
16 - 17 mars 2020

### Strasbourg

4-5 mars 2019  
30 septembre au 1er octobre 2019

### Bordeaux

14-15 mars 2019  
10-11 octobre 2019

### Lille

25-26 mars 2019  
7-8 novembre 2019

# Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur

Rédiger un synopsis pour mettre en forme son projet, trouver un producteur et convaincre un diffuseur.

## PROGRAMME

### Être visible

- Travailler son réseau en permanence.
- Être visible sur les réseaux sociaux et sur Internet (création de site web) pour mettre en avant son parcours, ses vidéos, multiplier les contacts, développer sa notoriété.

### Construire son projet

- Choisir le sujet et l'angle en fonction de la production ciblée.
- Réaliser un travail d'enquête, se documenter.
- Repérer, choisir et gérer ses contacts.
- Gérer les sources images et les archives.

### Présenter son projet, soigner l'écriture

- Rédiger une note d'intention, un synopsis, un séquencier permanent.
- Participer à la conférence de rédaction.
- La protection des idées : quelles garanties juridiques prendre ?

### Choisir son producteur

- Bien connaître le marché de la production télé.
- Connaître les principes de fonctionnement d'une société de production et d'une agence de presse.

### Proposer ses sujets à un diffuseur

- Adapter son projet.
- Proposer son sujet : passer l'épreuve du visionnage.
- Négocier sa rémunération : forfait ou piges ? Journaliste ou intermittent ? Droits d'auteur ou salaire ?
- Connaître les barèmes selon les formats.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45034

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

Mettre en place une organisation pour faire connaître ses sujets. Rédiger un synopsis accrocheur. Démarcher des diffuseurs et présenter son projet de manière efficace.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024609

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques. Venir en formation avec un synopsis de sujet.

## SESSIONS

### Paris

25 - 26 mars 2019  
7 - 8 novembre 2019  
16 - 17 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue



Prendre en main une caméra numérique pour raconter un sujet en images.

## PROGRAMME

### Découvrir la caméra

- S'initier à ses fonctionnalités, son menu, ses réglages.
- Connaître les notions techniques clés : les filtres, la balance des blancs, la bulle, la mise au point, le choix du diaphragme et la profondeur de champ.
- Choisir des éclairages.
- Découvrir les différents accessoires.
- Dresser la check-list du reporter.

### S'initier à la technique de prise de vue

- Connaître le langage des images.
- Composer les images.
- Connaître les différents types de plans.
- S'initier aux mouvements de caméra (zoom, panoramique, travelling, etc.).

### Gérer le son en tournage

- Choisir les micros et les pistes son.
- Prendre du son d'ambiance.
- Prendre du son en interviews.

## Bien filmer une interview

- Choisir un cadre qui ait du sens.
- Se mettre à la bonne distance de son interlocuteur.
- Intégrer l'importance du rôle de l'arrière-plan.
- Les pièges à éviter.

## Découvrir le reportage

- Choisir l'angle d'un sujet et sa construction.
- Appliquer les principes de la narration par l'image.
- Mettre en œuvre le découpage en séquences.
- Respecter la règle des 180°.
- Choisir des plans de coupe et d'illustration.
- Hiérarchiser l'information.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme à chaque étape.

## INITIATION

Code : 45014

- 10 jours | 70 heures
- Prix HT : 4795 €

## OBJECTIFS

S'initier aux paramètres techniques de la caméra.  
Découvrir les techniques de tournage.  
Appliquer les règles du tournage en télévision pour raconter une histoire en images.

## PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de traitement de l'information par l'image.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024374

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD en amont de la formation, présentation interactive, et exercices pratiques sur le terrain.

## SESSIONS

Paris

- 14 au 25 janvier 2019
- 15 au 26 avril 2019
- 11 au 22 novembre 2019
- 13 au 24 janvier 2020

## \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 26/02/2019  
Le 8/07/2019  
Le 27/02/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

# Maîtriser le maniement de la caméra

Perfectionner sa pratique de la caméra en reportage, les techniques de cadrage, découpage, éclairage et prise de son.

## PROGRAMME

### Améliorer son efficacité en tournage

- Gagner du temps lors de la préparation.
- Gérer la logistique.
- Être au cœur de l'action.
- Garder le contrôle dans les situations d'urgence.
- Acquérir les bons réflexes en tournage.

### Maîtriser la narration par l'image

- Dynamiser ses cadrages, donner du sens à ses images.
- Le rôle de la profondeur de champ.
- Utiliser à bon escient les mouvements de caméra et les travellings.
- L'importance des interviews en situation.
- L'arrière-plan comme vecteur d'information.

### Décoder la grammaire de l'image

- Le découpage et le tournage en séquences.
- Travail sur les plans de début et de fin.
- Prévoir ses transitions visuelles et sonores.

### Maîtriser le son

- Gérer le son en fonction de son matériel et des contraintes de terrain.
- Les différents types de micros et leur utilisation.
- Sons seuls et ambiances pour enrichir le reportage.

### Utiliser la lumière

- Comprendre les éléments techniques de la lumière.
- L'éclairage direct et indirect.
- L'éclairage en trois points.
- La lumière au service de la narration.
- La composition des images.
- Les différents types d'éclairage.
- Maîtriser l'éclairage d'une interview.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 45039

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1675 €

## OBJECTIFS

Maîtriser la gestion du son et de la lumière.  
Maîtriser le récit par l'image.

## PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de la caméra.

## PUBLIC CONCERNÉ

JRI expérimentés.

Code DOKÉLIO : 024500

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives et exercices pratiques sur le terrain.

## SESSIONS

Paris

- 23 au 25 janvier 2019
- 29 avril au 1<sup>er</sup> mai 2019
- 25 au 27 novembre 2019
- 22 au 24 janvier 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# JRI en solo

Devenir un JRI tri-qualifié. Maîtriser les rôles de caméraman, rédacteur et monteur pour réaliser seul un sujet.



## PROGRAMME

### Découvrir la vidéo sur le web

- Connaître les différents formats vidéo diffusés sur le web.
- Prendre en compte des impératifs de la vidéo sur le web.

### Tourner seul un reportage vidéo pour le web

- Préparer le reportage (choix du sujet, prise de RV, interviews, etc.).
- Prendre en main la caméra et tourner en solo.
- Appliquer les règles déontologiques.

### Monter seul sur Final Cut

- S'initier aux règles de base du montage à partir des rushes tournés.
- Perfectionner sa technique de montage : mixage, colorimétrie, effets, musique, etc.

## Imaginer de nouveaux formats web

- Initiation à la création d'un format web sans tournage (pastille, plateau, infographie, zapping, etc.).
- Création d'habillages pour une vidéo web.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45064

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2095 €

### OBJECTIFS

Perfectionner sa maîtrise de la caméra  
Maîtriser le montage de ses images.  
Maîtriser la rédaction d'un commentaire sur image.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du journalisme, avoir une première expérience en JRI.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, photographes de presse.

**Code DOKÉLIO : 024538**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD en amont de la formation, réalisation en solo d'un reportage de A à Z.

## SESSIONS

Paris

- 14 au 18 janvier 2019
- 3 au 6 juin 2019
- 21 au 25 octobre 2019
- 13 au 17 janvier 2020

# JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie

Comprendre l'environnement informatique du JRI et acquérir une méthodologie.

## PROGRAMME

### Bien s'équiper

- Choisir un ordinateur adapté au traitement de l'image.
- Choisir ses disques externes.
- Connaître les différents micros pour enregistrer le commentaire sur image.
- Choisir des enceintes
- Connaître les logiciels de montage.

### Importer ses images

- Maîtriser l'acquisition des rushes depuis une caméra ou une carte mémoire.
- Choisir des paramètres.
- Maîtriser les différents formats des images, les compatibilités des formats, les conversions nécessaires, la différence entre codec et format vidéo.

## Stocker et sauvegarder ses rushes

- Sauvegarder sur une image disque (.dmg).
- Archiver des rushes sur plusieurs disques externes.
- Éditer ses images.
- Gérer ses back up.

## Exporter son projet

- Créer différents fichiers vidéo.
- Choisir des formats adaptés à une diffusion à la télévision ou sur le web.
- Maîtriser les logiciels de conversion vidéo.
- Mettre en ligne ses vidéos sur les réseaux sociaux.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45067

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1095 €

### OBJECTIFS

Connaître toute la chaîne de production de l'information TV.  
S'approprier le matériel qui permet au JRI de travailler en autonomie, de la production à la post-production.  
Préparer ses sujets pour qu'ils soient prêts à diffuser.

### PRÉREQUIS

Être JRI.

### PUBLIC CONCERNÉ

JRI free lance, JRI, monteurs, assistants monteurs.

**Code DOKÉLIO : 024580**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

- 2 - 3 mai 2019
- 28 - 29 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Tourner avec une caméra de poing

Découvrir le fonctionnement d'une caméra de poing et acquérir les techniques de base du reportage d'actualité.

## PROGRAMME

### Prendre en main la caméra

- S'initier aux réglages, découvrir les techniques de prise de vue.
- Utiliser des accessoires : micros, batteries.
- Construire le cadre, jouer avec les valeurs de plans, tester les mouvements de caméra.
- Prendre en compte la lumière et la prise de son.

### Connaître les principes de la narration

- Comprendre l'importance du découpage en séquences.
- Rechercher une histoire.
- Penser aux plans d'illustration.

### Préparer son reportage

- Trouver un sujet et choisir un angle.
- Déterminer les séquences nécessaires.
- Élaborer un plan de tournage.

## Réussir ses interviews

- Identifier les bons interlocuteurs.
- Choisir un cadre.
- Penser au rôle de l'arrière-plan.

## Monter son reportage

- Découvrir le logiciel de montage : concept et fonctionnement.
- L'importance du dérushage.
- Bâtir un plan de montage.
- Choisir les plans et les sonores, les entrées en séquence.
- Assurer le rythme du reportage.

## Rédiger le commentaire

- Travailler le rapport texte/image : éviter les redondances.
- Adopter un style vivant et direct.
- Lancer les sonores.
- Soigner l'attaque et la chute.

## INITIATION

Code : 45016

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2650 €

### OBJECTIFS

Prendre en main une caméra HD et découvrir ses fonctionnalités. S'initier aux règles de tournage sur le terrain. Mettre en œuvre les principes de la narration au service de l'information.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du journalisme, avoir une première expérience de JRI.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024879

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD en amont de la formation, tournage sur le terrain.

## SESSIONS

Paris

- 11 au 15 février 2019
- 23 au 27 septembre 2019
- 10 au 14 février 2020

# Montage : l'art de raconter en images

Acquérir une culture de l'image et comprendre comment elles interagissent entre elles pour raconter une histoire.

## PROGRAMME

### Connaître la composition de l'image

- S'initier à la sémiologie de l'image.
- Découvrir les techniques de composition.
- Choisir le cadre.
- Connaître les différents types de plans.
- Jouer avec les valeurs de plans.
- Travailler l'enchaînement des images.
- Favoriser la construction des séquences.

### Introduire du rythme au montage

- Réussir l'attaque.
- Alternier des plans.
- Dynamiser l'interview.
- Utiliser de la musique.

### Mettre en œuvre les notions clés du montage

- Tester les effets de montage.
- Prendre en compte les différents types de raccords.
- Varier le champ, contrechamp, hors champ.
- Respecter la règle des 180°.
- Respecter la règle des 30°.
- S'appuyer sur les transitions, les fondus.
- Éditer ses images.

### Prendre le temps de dérusher

- Visualiser des rushs pour acquérir une culture de l'image.
- Les erreurs à ne pas commettre au montage... et au tournage.

## INITIATION

Code : 45061

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1265 €

### OBJECTIFS

Connaître la grammaire de l'image. S'initier aux règles du montage en TV et pour le web. S'appuyer sur le montage pour raconter son histoire.

### PRÉREQUIS

Réaliser régulièrement des reportages pour la télévision ou le web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, JRI débutants.

Code DOKÉLIO : 024582

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Visionnage de rushs, exercices pratiques de montage.

## SESSIONS

Paris

- 11 - 12 avril 2019
- 29 - 30 août 2019
- 7 - 8 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Prendre en main Final Cut

Découvrir le logiciel Final Cut Pro et acquérir les techniques journalistiques du montage.

## PROGRAMME

### Découvrir le logiciel

- Son interface, ses principales fonctionnalités.
- Le montage sur la timeline.
- Les principes de base : insérer un plan à la fin, entre deux plans, écraser un plan, etc.

### Traiter les rushes

- La sécurisation des rushes.
- L'importation dans FCP depuis une carte mémoire ou une caméra.
- Le choix des paramètres d'acquisition, des formats vidéo et des fichiers.
- La création d'événements et de projets.
- La classification et l'organisation des rushes.
- Éditer les images.

### Découvrir le montage

- Décoder la grammaire de l'image.
- Organiser efficacement ses rushes.
- Se familiariser avec les principes de narration.
- Le découpage et le tournage en séquences.

- Travail sur les plans de début et de fin.
- Prévoir ses transitions visuelles et sonores.

### Maîtriser le son

- Ajouter au montage des sons d'ambiance et de la musique.
- Intégrer les commentaires.
- Mixer les sons : le volume de chaque son et du montage global.
- Installer des fondus sonores.

### Utiliser la lumière à bon escient

- Comprendre les éléments techniques de la lumière.
- L'éclairage direct et indirect.
- L'éclairage en trois points.
- La composition des images.
- Les différents types d'éclairage.
- Maîtriser l'éclairage d'une interview.

## INITIATION

Code : 45040

🕒 5 jours | 35 heures

💰 Prix HT : 2650 €

### OBJECTIFS

Découvrir les règles du montage en télévision.

Se familiariser avec les fonctionnalités du logiciel Final Cut. Réaliser ses premiers montages de rushes pour la télévision ou le web.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le tournage de sujets audiovisuels.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 024583

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques de montage.

## SESSIONS

Paris

21 au 25 janvier 2019

6 au 10 mai 2019

2 au 6 décembre 2019

20 au 24 janvier 2020

## DÉCOUVREZ LE BLOG DU CFPJ NOUVELLE VERSION !



[blog.cfpj.com](http://blog.cfpj.com)



Pour ne rien rater de l'actualité de la com' et des médias, RDV chaque jour sur le blog pour retrouver notre veille experte !

Nouvelles expériences de formation

Interviews

Événements

Stratégies digitales

Outils pour votre carrière : astuces, nouveaux métiers, spécial femmes, spécial journalistes...

Paroles de formés

Paroles d'experts

# RADIO

## SOMMAIRE

Les clés pour conduire une interview	page 129
Le travail de la voix	page 129
S'initier au montage son numérique	page 130
Proposer des piges en radio	page 130
Présenter des flashs et des journaux radio	page 131
Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs	page 131
Le reportage à la radio	page 132
Maîtriser les techniques du reportage radio	page 132
Voix et écriture	page 133
Couvrir un événement en direct à la radio	page 133
Animer une tranche d'info en direct	page 134
Chronique radio : trouver son style	page 134

# Les clés pour conduire une interview

Conduire un entretien construit face à des interlocuteurs de plus en plus rompus à l'exercice de l'interview.

BEST OF

## PROGRAMME

### Préparer l'interview

- Repérer les différents types d'interlocuteurs et d'invités : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...
- Juger du potentiel de son interlocuteur à dire des choses.
- Se documenter et s'informer.
- Construire un plan par thème.
- Hiérarchiser : soigner son introduction et sa première question.
- Préparer l'interview avec son invité : ne pas trop en dire hors micro.

### Cadrer le déroulé, s'approprier les techniques de l'interview

- Penser aux civilités : bonjour, merci, au revoir.
- Rappeler régulièrement l'identité de l'invité.

- Corriger une inexactitude, reformuler une question, relancer son interlocuteur.
- Insister sans être agressif.
- Pratiquer l'écoute active : rebondir pour aller plus loin.

### Respecter le temps imparti

- Canaliser son interlocuteur et garder la maîtrise de l'entretien.
- Interrompre un invité trop bavard.
- S'adapter en cas de dérapage ou d'imprévu.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 44019

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1 395 €

### OBJECTIFS

Acquérir une méthodologie de préparation de l'interview en radio. Appliquer les techniques de l'interview sur le terrain, en direct. Gérer le temps de l'interview radio.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques rédactionnelles en radio.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 024544

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques et réalisation d'interviews sur des thèmes d'actualité.

## SESSIONS

Paris

4 au 6 mars 2019

28 au 30 octobre 2019

2 au 4 mars 2020

# Le travail de la voix

Utiliser les techniques employées par les comédiens pour améliorer son expression orale.

RÉGION BEST OF

## PROGRAMME

### Comprendre le fonctionnement de la voix

- Théorie et physiologie.

### Connaître sa voix

- Agir sur différents paramètres.
- Jouer avec le timbre, le rythme, la respiration, le placement, l'articulation.

### Utiliser les techniques de l'acteur

- Mesurer l'impact de la concentration sur la voix.
- Comprendre le rôle essentiel de la respiration.
- Du bon usage du ventre.
- Adopter la bonne posture, pour quoi faire ?
- Chauffer sa voix.
- Glisser le sourire qui s'entend à l'antenne.

### Travailler sa voix pour parler clair

- Lecture à voix haute de textes non journalistiques : fictions, fables...
- Exercices d'improvisation à partir de dépêches.
- Rechercher le ton le plus naturel.

### Exercices pratiques avec un comédien

- Narration.
- Articulation.
- Décontraction et respiration.
- Enregistrement en studio.
- Écoute critique.

## INITIATION

Code : 44005

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 245 €

### OBJECTIFS

Découvrir sa voix, ses modulations, son potentiel.

Jouer de sa voix pour appuyer l'information.

Adopter un ton naturel dans ses papiers, pour les flashs et les journaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024591

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques et jeux de rôles.

## SESSIONS

Paris

25-26 mars 2019

7-8 novembre 2019

12-13 mars 2020

Strasbourg

4-5 mars 2019

30 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 2019

Bordeaux

14-15 mars 2019

10-11 octobre 2019

Lille

25-26 mars 2019

7-8 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# S'initier au montage son numérique

Assurer le montage de ses reportages en toute autonomie.

## PROGRAMME

### Maîtriser le fonctionnement du montage numérique

- Rappel sur le traitement informatique du son.
- Découvrir le logiciel de montage et ses fonctionnalités.
- Connaître les règles d'utilisation de base.
- Se familiariser avec l'acquisition et le browser.
- Monter par addition ou par soustraction.
- S'initier au copier-coller.
- Éditer ses pistes, ses sonores.
- Le droit à l'erreur : comment récupérer un son coupé ?

### Pratiquer les options avancées

- Découvrir la fonction stretch.
- Travailler avec les points de niveau.

### Intégrer les possibilités du multipiste

- Mixer la musique et les sons d'ambiance.

### Exercices pratiques

## INITIATION

Code : 44014

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec les principes du montage en radio. S'initier au logiciel de montage et à ses fonctionnalités de base. Intégrer la démarche journalistique dans son montage.

### PRÉREQUIS

Maîtriser la prise de son numérique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et de web radio.

**Code Dokelio : 024593**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices et mises en situation réelle.

## SESSIONS

Paris

18 février 2019  
14 octobre 2019  
17 février 2020

# Proposer des piges en radio

Adopter les bonnes méthodes pour vendre ses sujets aux rédactions et devenir un pigiste efficace.

## PROGRAMME

### Identifier sa cible

- Viser juste : à chaque support, son type de sujet.
- Évaluer l'étendue de son réseau.
- Cibler le bon interlocuteur.

### Vendre un sujet

- Trouver LA bonne idée de sujet.
- Rédiger un synopsis.
- Convaincre son interlocuteur.
- Proposer ses sujets en conférence de rédaction.

### Rédiger sa première pige

- Connaître ses droits et ses devoirs.
- Bien gérer son temps et son argent.
- Travailler seul.

### Tenir sur la durée

- Entretenir son réseau et le développer.
- Diversifier ses sources d'inspiration.
- Gérer son temps et son budget sur la longueur.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 44037

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Connaître les spécificités des différentes radios. Acquérir des méthodes pour placer ses sujets.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les bases du journalisme radio.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

**Code Dokelio : 024608**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices pratiques, jeux de rôles.

## SESSIONS

Paris

28 mars 2019  
21 novembre 2019  
26 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Présenter des flashs et des journaux radio

Intervenir en direct à l'antenne pour faire vivre le travail de la rédaction.

BEST OF

## PROGRAMME

### Hiérarchiser l'information

- Élaborer un conducteur.
- Trouver la logique de l'actualité.
- Identifier les bons enchaînements.
- Concevoir des ruptures de rythme.

### Rédiger des brèves claires et attractives

- Informer dès la première phrase.
- L'impératif du style direct.

### Trouver le ton de ses lancements

- Aller à l'essentiel.
- Éviter les doublons avec les sujets.
- Travailler le rythme : varier le style et la longueur des phrases.
- Identifier les sujets qui vont nécessiter un pied.

### Concevoir des titres originaux

- Bien « vendre » l'information essentielle.
- Choisir un vocabulaire percutant.
- Parler en images.

### Tenir l'antenne

- La concentration avant le générique.
- Le bonjour et le au revoir.
- Le rôle du sourire.
- Réaliser une interview en direct.
- Utiliser les rappels pour accompagner l'auditeur.
- Gérer les différents éléments d'habillage : virgules, coupures publicitaires, transition avec les tranches.
- Respecter le temps imparti.

## INITIATION

Code : 44009

3 jours | 21 heures  
Prix HT : 1 695 €

### OBJECTIFS

Trouver la logique de l'actualité pour concevoir les enchaînements. Travailler le rythme de ses flashs et journaux. Tenir l'antenne en respectant le temps imparti.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 024539

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices et mises en situation réelle.

## SESSIONS

Paris

6 au 8 février 2019  
4 au 6 novembre 2019  
9 au 11 mars 2020

# Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs

Gérer les interventions en direct, relayer en temps réel les messages postés sur les réseaux sociaux.

BEST OF

## PROGRAMME

### Organiser l'interactivité avec les auditeurs

- Identifier les thématiques où l'intervention des auditeurs va apporter un plus rédactionnel.
- Préparer des questions d'introduction, des relances, une conclusion.
- Différencier les canaux d'intervention : téléphone, sms, réseaux sociaux.
- Briefer la personne chargée de sélectionner les auditeurs.
- Recueillir, sélectionner et vérifier les informations apportées par les auditeurs.

### Gérer l'intervention des auditeurs en direct

- Lancer l'intervention en direct d'un auditeur.
- Amener l'auditeur à préciser son propos.
- Provoquer des réactions, des dialogues inattendus.

### Relayer les messages postés sur les réseaux sociaux

- Concevoir des outils pertinents.
- Retranscrire sans trahir.
- Réagir en direct aux messages des auditeurs.
- Respecter les règles déontologiques du journalisme.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 44031

1 jour | 7 heures  
Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Organiser en amont l'interactivité avec les auditeurs. Gérer l'intervention des auditeurs en direct à l'antenne. Gérer les réactions à l'émission, en direct à l'antenne et en direct sur les réseaux sociaux.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la gestion des auditeurs à l'antenne.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et web radio.

Code Dokelio : 024426

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques et mises en situation réelle.

## SESSIONS

Paris

25 mars 2019  
18 novembre 2019  
23 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Le reportage à la radio

Appliquer les techniques de base du reportage d'actualité : la prise de son, l'interview, les règles de la narration.

## PROGRAMME

### Préparer un reportage

- Se documenter et trouver des idées.
- Gérer utilement ses contacts.
- Choisir ses interlocuteurs.
- Définir un angle.

### Construire son reportage

- Hiérarchiser les informations recueillies.
- Développer une écriture sonore.
- Donner à voir, entendre, imaginer.
- Penser au rythme.
- Gérer la contrainte horaire sur le terrain.

### Réussir l'interview

- Aller à l'essentiel.
- Préparer son interview.
- Adopter une écoute active.

### Optimiser le travail sur le terrain

- La prise de son avec le Nagra.
- Penser aux sons d'ambiance.
- Appliquer les règles déontologiques.

### Soigner son montage

- Choisir les sonores.
- Gérer les sons.
- Faire vivre l'ambiance.
- L'importance du mixage.

### Dynamiser son écriture

- Rédiger : adopter un style vivant.
- La nécessité du mot juste et précis.
- Chercher des mots qui sonnent et percutent.
- Travailler les rythmes et les sonorités.
- Chasser les tics de langage et expressions toutes faites.

### Travailler le lancement

- Susciter l'envie sans trop en dire.
- Trouver les mots pour vendre son reportage.

### Réalisation de reportages

## APPROFONDISSEMENT

Code : 44026

- 🕒 5 jours - 70 heures
- 💰 Prix HT : 2 095 €

### OBJECTIFS

Préparer son reportage en amont. Sur le terrain, recueillir tous les éléments nécessaires à son reportage. Réaliser un montage au service de l'information.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en radio.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et de web radio.

Code Dokelio : 024540

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques sur le terrain, réalisation d'un reportage de A à Z.

## SESSIONS

Paris

- 11 au 15 février 2019
- 7 au 11 octobre 2019
- 10 au 14 février 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 16/01/2019  
Le 23/05/2019  
Le 16/01/2020  
Tarif HT : 120 €  
Durée : 1 heure

# Maîtriser les techniques du reportage radio

Perfectionner sa pratique du reportage, adopter de meilleurs réflexes. Perfectionner sa technique sur le terrain. De la prise de son au rendu final.

## PROGRAMME

### Maîtriser les formats, les outils de reportage et de montage

- Maîtriser différents outils de reportage radio : du Nagra au smartphone.
- Maîtriser la prise de son.
- Améliorer l'écriture spécifique du reportage et du magazine.

### Se perfectionner sur le montage radio

- Se perfectionner au montage sur Nagra sur le terrain, au logiciel Netia et à la maîtrise du multipiste.

### Préparer le reportage

- Choisir l'angle du sujet.
- Dresser la check-list du reporter radio.
- Appréhender l'environnement.
- Collecter les contacts utiles sur le terrain.
- Conserver le lien avec la rédaction.
- Travailler avec des confrères sur le terrain.

### Avoir les bons réflexes sur le terrain

- Observer et écouter.
- Repérer à chaud les sons à conserver.
- Utiliser des sons d'ambiance.
- Gérer le temps du reportage en fonction de la commande.
- Appliquer les règles déontologiques.

### Affiner le montage et diffuser le sujet

- Monter son reportage.
- Écrire son lancement, son papier, les pieds.
- Publier son reportage sur le web.
- Maîtriser l'édition multiformat et l'enrichissement du reportage radio avec vidéos, infographies animées, publication sur les réseaux sociaux.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 44036

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2 095 €

### OBJECTIFS

Améliorer sa pratique du reportage, adopter de meilleurs réflexes. Perfectionner sa technique sur le terrain, de la prise de son au rendu final.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du reportage radio.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 024542

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Réalisation de reportages sur le terrain.

## SESSIONS

Paris

- 25 février au 1<sup>er</sup> mars 2019
- 21 au 25 octobre 2019
- 24 au 28 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Voix et écriture

Améliorer sa pratique de la radio : enrichir son style et travailler le naturel dans son expression orale.

BEST  
OF

## PROGRAMME

### Respecter les règles de l'écriture radio

- Gérer l'impératif du style direct.
- Écrire court, utiliser le présent et le passé.
- Hiérarchiser l'information, accrocher l'attention de l'auditeur.

### Accrocher et conclure

- Démarrer un papier.
- Ne pas répéter le lancement.
- Faire preuve d'originalité.
- Terminer en évitant les poncifs.
- Comprendre le rôle du pied.

### Enrichir son style

- Faire la chasse aux tics de langage.
- Choisir un vocabulaire précis.
- Parler en images.
- Donner des chiffres.
- Manier l'humour avec délicatesse.

### Écrire vite

- Aller à l'essentiel.
- Déterminer les priorités d'écriture : faut-il tout écrire ?

## Travailler sa voix

- Améliorer son expression orale.
- S'appuyer sur la voix pour faire passer une information.
- Agir sur les paramètres de la voix.
- Travailler l'articulation, l'intonation sur les mots-clés.
- Gérer le rythme et les ruptures de rythme.

### Appliquer les techniques de l'acteur

- L'importance de la concentration, le rôle de la posture.
- Gérer le stress : exercices de relaxation.

### Exercices avec un comédien

## APPROFONDISSEMENT

Code : 44008

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1 395 €

### OBJECTIFS

Soigner l'attaque et la chute de son papier radio.  
Glisser la ponctuation dans sa voix.  
Utiliser sa voix au service de l'information.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en radio ou web radio.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio, web journalistes.

Code Dokelio : 024857

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques en studio et écoutes critiques.

## SESSIONS

Paris

30 janvier au 2 février 2019

23 au 25 septembre 2019

29 au 31 janvier 2020

# Couvrir un événement en direct à la radio

Acquérir les techniques permettant de faire vivre l'événement en direct à l'antenne.

BEST  
OF

## PROGRAMME

### Préparer la couverture en direct d'un événement

- Identifier les intervenants.
- Construire le conducteur de son direct.
- Éditer ses introductions, relances et conclusions.
- Établir des fiches pour éviter les temps morts.
- Prévoir des rappels, des virgules, des ruptures de rythme.
- Prévoir ses éventuels déplacements pendant le direct.
- Sélectionner et préparer le matériel adapté au direct.

### Mener un direct vivant et pertinent

- Prendre l'antenne de manière vivante, inattendue.
- Présenter l'événement et les intervenants.
- Expliquer les enjeux de l'événement.
- Donner la parole, la reprendre et relancer un intervenant.
- Mener des interviews efficaces.
- Synthétiser une intervention pour la conclure.

- Faire intervenir le public, les auditeurs et provoquer des échanges.
- Gérer les virgules, les jingles, les ruptures de rythme.
- Garder le fil du direct, s'appuyer sur des rappels.
- S'adapter au déroulement de l'événement.
- Gérer les imprévus.
- Rendre l'antenne en rappelant les temps forts du direct.
- Appliquer les règles déontologiques.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 44032

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 245 €

### OBJECTIFS

Préparer l'événement, anticiper la gestion de l'antenne.  
Gérer les imprévus en direct.

### PRÉREQUIS

Avoir une expérience radio aguerrie.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes radio expérimentés.

Code Dokelio : 024547

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques dans les conditions du direct.

## SESSIONS

Paris

26-27 mars 2019

19-20 novembre 2019

24-25 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Animer une tranche d'info en direct



Acquérir les techniques et les réflexes de la tranche d'info spécifique au traitement de l'actualité.

## PROGRAMME

### Comprendre le fonctionnement d'une tranche d'info

- Comprendre la répartition des rôles dans la gestion de l'antenne.
- Découvrir le rôle de l'anchorman/anchorwoman.
- Se familiariser avec l'articulation du travail entre rédacteur en chef et chef d'édition.
- Connaître l'organisation de la rédaction.

### Préparer et construire la tranche d'info

- Préparer et valider les angles des sujets.
- Pratiquer l'écriture spécifique de la tranche d'info.
- Coupler l'information factuelle avec l'analyse des experts en direct.
- Organiser le séquencier, le squelette de la tranche et le timing des formats radio.
- Préparer le conducteur des éléments sonores.

- Organiser un débat.
- Intégrer la chronique et les interviews.
- Fabriquer une tranche d'info.
- Réorganiser la tranche en fonction de l'actualité chaude.

### Animer la tranche d'info

- Définir un thème de la tranche en fonction de l'actualité.
- Maîtriser et mener l'interview en direct.
- Animer le débat.
- S'entraîner à gérer l'imprévu à l'antenne.
- Faire face aux problèmes techniques.
- Travailler l'improvisation, la fluidité de l'antenne et le rythme.
- Être réactif à l'antenne et rebondir sur l'info.
- Interagir avec un ou plusieurs auditeurs.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 44038

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2 095 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec le rôle de l'anchorman/anchorwoman. Organiser le séquencier de la tranche. Animer la tranche d'info.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du reportage radio et des connaissances du montage audio. Maîtriser le montage sur Netia est un plus.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias expérimentés.

Code Dokelio : 024597

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, nombreux exercices pratiques en studio.

## SESSIONS

Paris

- 18 février au 22 mars 2019
- 11 au 15 novembre 2019
- 16 au 20 mars 2020

# Chronique radio : trouver son style



Porter un regard original sur l'actualité du jour.

## PROGRAMME

### Analyser les différents types de chroniques

- S'initier au billet d'humeur : écrire sur l'air du temps.
- Se lancer dans la chronique politique, économique, culturelle ou littéraire.
- Pratiquer la chronique sport.

### Faire entendre sa lecture des événements

- Suivre l'actualité comme source d'inspiration : isoler un fait.
- Hiérarchiser ses informations : exploiter une idée et bâtir autour un discours cohérent.
- Rédiger sa chronique : appliquer la technique des associations d'idées.

### Trouver son style : de l'humour à la gravité

- Développer sa créativité.
- Choisir ses mots : enrichir son vocabulaire.
- Trouver le ton pour le dire : l'importance de la voix.

### Soigner le début et la fin

- Attaquer pour accrocher l'attention de l'auditeur.
- Conclure.

## INITIATION

Code : 44011

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 245 €

### OBJECTIFS

Adopter le ton et le style propres à la chronique. Appliquer des techniques pour maintenir l'attention des auditeurs.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière du journalisme radio.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 024545

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices pratiques en studio.

## SESSIONS

Paris

- 7-8 mars 2019
- 31 octobre au 1<sup>er</sup> novembre 2019
- 5-6 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# CONTENUS ET THÉMATIQUES

## SOMMAIRE

Le droit de la presse	page 136
Droit et presse en ligne	page 137
Connaître le système judiciaire	page 137
Couvrir les faits divers	page 138
Couvrir un procès	page 138
Éthique et déontologie	page 139
Juifs, musulmans : mieux comprendre	page 139
CETA : comprendre l'accord de libre-échange entre Canada et UE	page 140
Comprendre l'entreprise et décrypter ses comptes	page 140
Faire parler chiffres et statistiques	page 141
Les fonctions et le rôle des collectivités territoriales	page 141

# Le droit de la presse

BEST OF

Connaître les risques juridiques et judiciaires tant en matière pénale que civile lors de la diffusion de contenus.

**2 FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
 Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 79

## PROGRAMME

### Connaître les principes des diffamations et des injures

- Repérer les informations susceptibles d'être qualifiées de diffamatoires ou injurieuses.
- Les axes de défense pouvant être invoqués par l'organe d'information et le journaliste.
- Les diffamations et injures à caractère racial, envers une personne ou un groupe de personnes en raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou de leur handicap.
- L'image diffamatoire, l'image injurieuse.

### Appliquer le droit au respect de la vie privée

- Définir la notion de vie privée.
- Connaître les circonstances permettant de révéler un élément de vie privée.

### Connaître les critères de la présomption d'innocence

- Couvrir une procédure et le déroulement d'un procès.
- Identifier les informations qui peuvent être rendues publiques et les précautions à prendre.
- Se familiariser avec la notion du droit à l'oubli.
- La présomption d'innocence et l'image des personnes concernées par le procès en cours.

### Le journaliste et le secret

- Le secret de l'instruction et le recel de violation du secret de l'instruction.
- État du droit sur la protection des sources du journaliste.
- Connaître les fondements des perquisitions dans les entreprises d'information.
- Énumérer les évolutions souhaitables en matière de secret des sources et de perquisition.

### Appliquer le droit de réponse

- Préciser les conditions strictes du droit de réponse.
- Connaître les délais et formes à respecter pour insérer le droit de réponse.
- Les motifs permettant de ne pas insérer le droit de réponse.

### Études de cas tirées de décisions récentes rendues par les tribunaux

## INITIATION

Code : 48000

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1 070 €

## OBJECTIFS

Connaître les critères de la diffamation et de l'injure.  
 Connaître les principes et le cadre de l'application de la présomption d'innocence.  
 Connaître les conditions du droit de réponse.

## PRÉREQUIS

Avoir déjà publié des sujets, quel que soit le média.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 024440

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, études de cas, gamification avec Magency.

## SESSIONS

Paris

25-26 mars 2019

11-12 décembre 2019

25-26 mars 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)



# Droit et presse en ligne

BEST OF

Appliquer le cadre juridique de l'édition en ligne dans ses publications : pièges à éviter, bons réflexes à acquérir.

## PROGRAMME

### Respecter les droits d'auteur sur Internet

- Connaître la protection par le droit d'auteur des contenus mis en ligne sur un site d'information.
- Identifier les règles à respecter, les contrats et accords collectifs Hadopi à négocier, les mentions légales à apposer sur le site.

### Éviter les délits de presse sur Internet

- Repérer et éventuellement modifier les contenus informationnels litigieux.

### Être sensibilisé au droit à l'image des personnes

- Appliquer les conditions pour invoquer un droit sur son image mise en ligne.
- Établir la distinction entre captation et mise en ligne.
- Les circonstances dans lesquelles il est possible d'utiliser l'image d'une personne sur les réseaux sociaux.

### Identifier la responsabilité des contenus mis en ligne

- Connaître les conditions de la responsabilité dite "allégée" sur Internet.
- Identifier les tribunaux compétents et la loi applicable.
- Connaître les dernières décisions de justice essentielles à l'évaluation des risques juridiques et judiciaires.
- Appliquer le droit à l'oubli numérique.

### Prendre des précautions juridiques pour un projet éditorial

- Établir les principales clauses d'un accord de droit d'auteur ou d'une autorisation de droit à l'image.
- Analyser des conditions générales d'utilisation de sites Internet.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46006

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Connaître les principes du droit de la presse à appliquer pour les supports numériques. Se familiariser avec les droits d'auteur et le droit à l'image. Appliquer les conditions de la responsabilité dite "allégée" sur Internet.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de publication dans un média.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, éditeurs, documentalistes, iconographes.

Code Dokelio : 024437

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, études de cas, gamification avec Magency.

## SESSIONS

Paris

20 mars 2019  
12 novembre 2019

# Connaître le système judiciaire

Comprendre le fonctionnement, les acteurs et les compétences des différents tribunaux.

## PROGRAMME

### Comprendre l'organisation des juridictions

- La justice et la séparation des pouvoirs.
- L'indépendance de la magistrature.
- Le droit à un procès équitable, à un double degré de juridiction.
- Lenteur de la justice : les conséquences pour le journaliste.

### Identifier les juridictions et leurs compétences

- Les juridictions civiles : conseil de prud'hommes, tribunal d'instance, de grande instance, de commerce, cours d'appel et de cassation.
- Les juridictions pénales : tribunal de police, correctionnel, cours d'assises, de cassation.
- L'ordre administratif : tribunal administratif, cour administrative d'appel, Conseil d'État, Conseil constitutionnel, Tribunal des conflits, Cour de justice de la République.

### Connaître les grandes étapes de la procédure

- Le principe du contradictoire, la publicité des débats.
- Le déroulement du procès civil.
- Le procès pénal.
- La mise en examen : conséquence dans le traitement de l'information.
- La présence de l'avocat.
- La détention provisoire : qui l'ordonne ?

### La décision de justice et son exécution

- Les délais de jugement : recours et indemnisations possibles.

### Les autres modes de règlement des litiges

- L'arbitrage, la conciliation, la médiation.

## INITIATION

Code : 48002

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre l'organisation et les compétences des différentes juridictions. Identifier les acteurs du monde judiciaire utiles au journaliste. Connaître les étapes de la procédure judiciaire lors d'un fait divers.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de faits divers.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 025080

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation animée par un fait diversier, présentation interactive, études de cas concrets, partage de bonnes pratiques.

## SESSIONS

Paris

13 mai 2019  
18 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Couvrir les faits divers



Maîtriser l'univers des faits divers pour raconter ces histoires qui passionnent les lecteurs.

## PROGRAMME

### Se familiariser avec le fait divers

- Étude d'une enquête sur un assassinat : rôle des différents intervenants.
- Identifier les erreurs à ne pas commettre.

### Connaître les sources

- Se constituer un carnet d'adresses, gérer ces contacts souvent soumis au secret de l'enquête ou de l'instruction.
- Le journaliste vu par les sources : comment se positionner dès le début de l'enquête ?
- Gérer le off et le on.

### Connaître l'organisation de la police et de la gendarmerie nationale

- Identifier leurs périmètres d'intervention.
- Connaître leurs différences de méthode.
- Intervention d'un professionnel, échanges.

## Le travail du fait diversier

- Connaître les particularités de l'écriture du fait divers.
- Prendre des précautions de langage.
- Respecter l'anonymat et la présomption d'innocence.
- Traiter dans l'urgence ces sujets délicats, à forte dimension humaine.
- Ne pas divulguer des éléments cruciaux pour l'enquête policière.

### Intégrer le rôle des réseaux sociaux lors d'un fait divers

- Mesurer la place de la vidéo lors d'un fait divers.
- Ce que change la viralité.

### Mise en situation réelle

- Choisir un sujet.
- Préparer le travail de terrain.
- Réaliser un reportage fait divers sur le terrain.
- Écrire son article, suivi des corrections.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 48006

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1 230 €

### OBJECTIFS

Identifier les sources cruciales et entretenir son réseau. Connaître les particularités du travail sur le fait divers. Appliquer le droit de la presse et la déontologie autour du fait divers.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience journalistique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 025081

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation animée par un fait diversier, présentation interactive, mises en situation réelle: reportage sur un fait divers sur le terrain.

## SESSIONS

Paris

17 au 19 juin 2019  
30 septembre au 2 octobre 2019

# Couvrir un procès



Maîtriser toutes les étapes du déroulement d'un procès pour le faire vivre à ses lecteurs.

## PROGRAMME

### Identifier les étapes clés de la procédure

- Connaître les règles de procédure.
- Maîtriser le lexique juridique.

### Connaître les acteurs de la procédure

- Le Parquet : déclenchement de l'action publique, opportunité des poursuites.
- Le juge d'instruction : désignation, commissions rogatoires, auditions, mise en examen.
- Les juridictions de jugement.
- Les auxiliaires de justice.
- La victime, habituellement partie civile.
- Le témoin, le mis en examen, le condamné.

### Les informations à solliciter selon les stades de la procédure

- Publier sans enfreindre la loi sur la presse.
- Protéger ses sources.
- Que peut-on écrire à propos d'une affaire en cours ?

### Connaître les limites au principe de la publicité des débats

- Dans quel cas le huis clos est-il prononcé ?
- Règles particulières aux procès de mineurs et de mœurs.
- Le retour sur les anciennes affaires : émergence d'un droit à l'oubli.

### Mise en situation réelle

- Suivi d'un procès en correctionnelle au Palais de justice de Paris, accompagné par le formateur.
- Rédaction, correction, échanges.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 48003

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 070 €

### OBJECTIFS

Identifier les différentes étapes clés d'un procès. Connaître les acteurs d'un procès, leurs fonctions. Connaître les informations que le journaliste peut obtenir selon les étapes de la procédure.

### PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi la formation "Couvrir les faits divers" ou avoir déjà couvert des faits divers au sein d'une rédaction.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 025082

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation animée par un fait diversier, présentation interactive, mises en situation réelle: suivi d'une audience au tribunal.

## SESSIONS

Paris

20-21 juin 2019  
3-4 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Éthique et déontologie

Intégrer les principes éthiques et déontologiques dans sa pratique professionnelle pour mieux faire face aux enjeux du journalisme.

## PROGRAMME

### Connaître les piliers de l'éthique journalistique

- Définir les principes fondateurs.
- Connaître la charte des journalistes : le texte fondateur, ses évolutions.
- Découvrir les textes propres aux entreprises de presse, radio, télévision et sites d'information.
- Intégrer les quatre piliers du journalisme : lucidité, refus, obstination, ironie.
- Invitations, frais, cadeaux : connaître les règles, mesurer les risques. Maintenir une ligne éthique face à l'accélération du traitement de l'information.
- Gérer la pression du direct, du scoop.
- Maîtriser l'enjeu de l'anonymat à l'heure d'Internet.

### Intégrer la déontologie dans sa pratique professionnelle

- Appliquer les règles déontologiques dans le recueil, la sélection et la vérification des informations.
- Faits divers, procès : que dit la loi ?
- L'information économique au péril de la communication.
- Traiter l'actualité politique en respectant les équilibres.
- Reportages en zone de guerre : garder une distance journalistique au plus près du terrain.
- Les questions à se poser lors des tournages et interviews à l'insu des personnes.
- Intégrer les cas particuliers des mineurs, des événements tragiques, etc.
- Gérer le "off".

### Ateliers pratiques s'appuyant sur des exemples de l'actualité récente

## INITIATION

Code : 48026

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Connaître les droits et les devoirs des journalistes.  
Connaître les textes donnant des lignes déontologiques à la profession.  
Appliquer ces principes éthiques dans sa pratique journalistique.

### PRÉREQUIS

Avoir une expérience journalistique de un à deux ans minimum.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code Dokelio : 024444

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, analyse de cas pratiques, échanges de bonnes pratiques.

## SESSIONS

Paris

22 mars 2019  
29 novembre 2019

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou à découvrir page 76

# Juifs, musulmans : mieux comprendre

Aborder les sujets de société relatifs à ces communautés pour mieux comprendre et ne pas tomber dans les raccourcis.

## PROGRAMME

### Traitement médiatique : identifier les pièges à éviter

- Gérer contresens, poncifs et généralités les plus courants relayés dans les médias et par les politiques.
- Décortiquer d'exemples à partir d'articles et d'émissions.

### Comprendre les fondements de la situation actuelle

- Connaître les grandes lignes de l'histoire et de la décolonisation.
- Comprendre la formation de la communauté juive en France : Ashkénazes et Séfarades.
- Connaître les grandes phases de l'histoire des musulmans : les quatre écoles, le goût du débat.
- Connaître la géographie des communautés en France.

### Déconstruire les idées reçues

- Reconnaître les a priori et les clichés à éviter, en mots et en images.
- Découvrir les points communs entre juifs et musulmans.

### Identifier les bons interlocuteurs

- Connaître les institutions représentatives des communautés en France.
- Identifier les références pertinentes.
- Opérer les bons choix sur le terrain lors de la réalisation d'un sujet.

### Choisir les mots justes

- Islam ou islamisme ? Israélite ou israélien ? Sunnite ou Chiïte ? Comprendre à quel point les mots jouent un rôle essentiel dans le traitement des sujets relatifs aux juifs et musulmans de France.
- Maîtriser le bon vocabulaire pour restituer un contexte historique et politique.

## INITIATION

Code : 48019

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 070 €

### OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux de la culture générale sur l'islam et le judaïsme.  
Déconstruire les idées reçues, identifier les pièges à éviter, identifier les interlocuteurs à solliciter au gré des sujets à couvrir.

### PRÉREQUIS

Traiter des sujets d'information générale ou les questions de culture.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, décortiqués d'exemples, cas pratiques, exercices.

## SESSIONS

Paris

4-5 avril 2019  
17-18 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)



# CETA : comprendre l'accord de libre-échange entre Canada et UE

Comprendre les enjeux de cet accord sans précédent signé fin 2016 et qui concerne 510 millions d'Européens et 35 millions de Canadiens.

## PROGRAMME

### Connaître les grandes étapes de cet accord économique et commercial global

- Connaître les étapes et les difficultés rencontrées avant d'aboutir à la signature du traité le 30 octobre 2016.
- Connaître les étapes à venir pour que le CETA soit réellement appliqué.

### Comprendre les raisons d'un accord avec le Canada

- Le Canada : un partenaire commercial important, partenaire de l'investissement, pays disposant d'importantes ressources naturelles et énergétiques.

### Comprendre l'accord des deux côtés de l'Atlantique

- Connaître les données économiques pour comparer Canada et UE : populations, PIB, exportations, échanges de biens actuels.

### Identifier les principaux changements liés au CETA dans l'UE

- L'augmentation des exportations : conséquences pour la France.
- Plus de participation aux marchés publics canadiens des entreprises de l'UE.
- Favoriser la mobilité des travailleurs et des investisseurs.
- Reconnaissance des qualifications européennes au Canada.
- Possibilités pour les entreprises de l'UE de vendre leurs services au Canada.

### Connaître les 3 axes du plan d'action de la France

- Mise en place de contrôles renforcés.
- Mise en œuvre d'actions complémentaires pour renforcer la coopération internationale sur les enjeux climatiques.
- Améliorer la prise en compte des enjeux sanitaires et de développement durable.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 48044

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 070 €

## SESSIONS

Paris

29-30 avril 2019  
26-27 septembre 2019

## OBJECTIFS

Comprendre les raisons d'un accord avec le Canada.  
Comprendre les enjeux de ce traité de libre-échange.  
Comprendre les changements liés au CETA pour la France, l'Europe et le Canada.

## PRÉREQUIS

Couvrir régulièrement des sujets économiques, l'actualité économique internationale.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 058077

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, échanges, exemples.

# Comprendre l'entreprise et décrypter ses comptes

Décrypter business model, fonctionnement et résultats d'une entreprise pour saisir son actualité et ses enjeux.

## PROGRAMME

### Définir une entreprise, son rôle et son fonctionnement

- Situer une entreprise dans son environnement géographique, concurrentiel, institutionnel.
- Appréhender son marché et sa position sur le marché, ses partenaires.
- Comprendre sa stratégie, ses contraintes, ses enjeux.
- Clarifier l'organisation et les fonctions de l'entreprise.

### Acquérir les bases de la lecture de comptes

- Comprendre le vocabulaire financier.

- Où trouver des informations financières ?
- Lire et exploiter les documents financiers.
- Comprendre l'influence des contraintes financières sur les stratégies d'entreprise : endettement, ouverture du capital, délais de paiement, externalisation d'activités, etc.

### Travaux pratiques sur les bilans d'entreprises

## INITIATION

Code : 48018

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 070 €

## SESSIONS

Paris

7-8 mars 2019  
30 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 2019

## OBJECTIFS

S'initier au vocabulaire financier pour comprendre le fonctionnement d'une entreprise.  
Acquérir une grille de lecture des comptes d'une entreprise.  
Exploiter les bilans d'entreprises sur le plan journalistique.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les notions de base de l'économie.

## PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 024537

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation, exemples concrets, études de cas, partage d'expériences.

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Faire parler chiffres et statistiques

Décrypter les informations chiffrées qui se multiplient dans le traitement de l'actualité. Les présenter de manière compréhensible aux lecteurs.

## PROGRAMME

### Comprendre le besoin du lecteur de recevoir des informations quantitatives

- Les chiffres: un moteur de l'information économique... et des autres rubriques.
- Les segments, les acteurs et champs d'action.
- Être sensibilisé aux unités comparables dans le travail d'interprétation.
- Des statistiques exploratoires aux statistiques affirmatoires.
- Le cas des idées qualitatives.

### Traiter des données quantitatives sur le plan journalistique

- Tour d'horizon des bonnes pratiques : presse grand public, presse spécialisée, presse professionnelle.
- De la règle à l'application journalistique.

- Les spécificités à connaître pour aborder chaque sujet.
- Décrypter des tableaux et des graphiques pour discerner l'importance des informations qu'ils contiennent.

### Décliner des angles à partir d'informations chiffrées

- Comprendre le prisme macro/micro.
- L'approche-découverte.
- Travailler les données en pensant à sa cible conso/pratique/technique.

### Atelier pratique sur les modes de calcul

- Revenir sur les méthodes simples pour calculer les pourcentages, les proportions, les fractions, les coefficients, afin de décrypter les informations à traiter.

## INITIATION

Code : 48037

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

## SESSIONS

Paris

5 avril 2019  
4 octobre 2019

### OBJECTIFS

Comprendre pourquoi l'information est de plus en plus faite de chiffres. Exploiter les données chiffrées sur le plan journalistique. Effectuer des calculs simples et utiles pour décrypter des informations.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de sujets économiques ou de soirées électorales.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 025078

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, nombreuses applications pratiques tirées de l'actualité.

# Les fonctions et le rôle des collectivités territoriales

Connaître le rôle des collectivités territoriales pour appréhender les enjeux d'aménagement du territoire et de politique locale.

## PROGRAMME

### L'histoire du désengagement progressif de l'État

- Tour d'horizon complet de la décentralisation : histoire et définitions.

### Comprendre le fonctionnement des collectivités territoriales

- La commune : l'institution de proximité.
- L'intercommunalité : des conseillers communautaires plus proches des citoyens.
- Le Conseil départemental et le nouveau découpage cantonal.
- La Région : une institution mal connue.
- Comprendre les conséquences de la mise en place des grandes régions.

### Des compétences spécifiques par collectivité

- Clause générale de compétence : vertu ou facteur de complexification ?
- Connaître les compétences exercées par les communes.

- Comprendre le rôle des intercommunalités sur la gestion des grands projets structurants.
- Connaître les attributions des départements, des régions.

### De l'autonomie financière à la crise des finances publiques

- L'utilisation de la ressource financière par les collectivités territoriales.
- Les dotations de l'État.
- Les conséquences de la réforme de la taxe d'habitation en 2018 sur les mairies.
- Les enjeux locaux de la crise des finances publiques : des finances locales alourdies par l'endettement de l'État.
- Les risques du financement par le secteur bancaire privé.

## INITIATION

Code : 48008

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 070 €

## SESSIONS

Paris

3-4 avril 2019  
2-3 octobre 2019

### OBJECTIFS

Comprendre les évolutions qui ont conduit au mille-feuille des collectivités locales. Connaître les fonctions et les compétences des différentes collectivités.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le traitement de l'information de proximité.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 025079

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, rencontres, applications pratiques sur le travail du journaliste.

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# MANAGEMENT

## SOMMAIRE

Manager plurimédia	page 143
Manager le digital first	page 143
Manager des hauts potentiels dans une rédaction	page 144

# Manager plurimédia

Accompagner une rédaction multisupport : les ressources, les formats et les temporalités de l'information.

BEST OF

## PROGRAMME

### Organiser une rédaction multimédia

- Se repérer entre newsroom, rédaction bimédia, rédaction intégrée, reverse publishing.
- Définir ses objectifs et ses priorités.
- Mettre en place une organisation pour que la rédaction soit efficace.
- Trouver et optimiser les bonnes compétences.

### Distribuer l'information sur plusieurs supports

- Intégrer le digital first.
- Développer des synergies online et offline.
- Architecturer ses contenus pour une diffusion éclatée.
- Diffuser une information sur plusieurs canaux.
- Valoriser ses contenus nouveaux et anciens.

### Gérer la temporalité du print et du numérique

- Cadrer le digital first.
- Print, web, tablettes, mobiles, écrans connectés : diffuser la meilleure information, au meilleur moment, sur le meilleur support.
- Adapter un contenu print aux différents supports numériques.
- Gérer et optimiser les différentes durées de vie d'un contenu.

### Produire multisupports

- Définir la ligne éditoriale du digital first.
- Prendre en main les outils du journaliste connecté.
- Connaître les limites et avantages du journalisme multipolyvalent.
- Fabriquer de l'information multimédia.
- Optimiser l'utilisation des différents supports.
- Gérer l'utilisation multi-écran.
- Évaluer les actions réalisées.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 41025

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 295 €

### OBJECTIFS

Mettre en place les équipes nécessaires à la production de contenus éditoriaux plurimédias. Gérer les différentes temporalités de l'information.

Réagir vite et garder le recul nécessaire pour manager une production plurimédia de qualité.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en management de rédaction.

### PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs en chef et chef de service dans des médias.

Code Dokelio : 025001

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices pratiques, mises en situation.

## SESSIONS

Paris

- 13 au 15 mars 2019
- 18 au 20 septembre 2019
- 11 au 13 décembre 2019
- 11 au 13 mars 2020

# Manager le digital first

Se poser les vraies questions pour définir sa stratégie de digital first et mettre son média en ordre de marche pour produire les contenus numériques qui trouveront leur public.

NEW

## PROGRAMME

### Définir sa vision : stratégie digitale et implications pratiques

- Bien apprécier sa stratégie digitale.
- Connaître ses lecteurs et les faire participer à la conception de son offre numérique : panels, études, sondages, tests, maquette, quali/ quanti, AB Tasting, statistiques, outils, méthodes, objectifs, résultats.
- Mettre en place les bonnes pratiques pour travailler ensemble.

### Définir ses ambitions de contenus digital first

- Balayer tous les aspects : contenus dédiés, formats courts et longs, formats hybrides, la vidéo, le podcast, l'utilisation de la data dans les contenus, les newsletters et notifications.
- Repérer les tops et les flops.
- Connaître les particularités de la consommation de contenus sur les supports mobiles.

### Définir l'organisation pour produire des contenus digital first

- Balayage d'exemples de rédaction digital first.
- Choisir la meilleure organisation digital first pour son média.
- Produire à meilleur coût ses contenus traditionnels à partir de la production éditoriale numérique.
- Mener une conférence de rédaction digital first : participants, formats, horaires, objectifs, rendus.
- Mettre en place des indicateurs de mesure et d'alerte.
- Nombreux exercices pratiques et définition d'une feuille de route personnelle.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 41031

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 395 €

### OBJECTIFS

Définir sa vision sur la stratégie digitale de son média. Définir ses ambitions en matière de contenus web first. Définir l'organisation pour produire les bons contenus au bon moment.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de management dans une rédaction média.

### PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs de rédaction, rédacteurs en chef, chefs de service de médias.

Code Dokelio : 058028

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, jeux de rôles, mise en situation concrète, définition de feuilles de route personnalisées.

## SESSIONS

Paris

- 10 au 12 avril 2019
- 16 au 18 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Manager des hauts potentiels dans une rédaction

Déceler les hauts potentiels dans son équipe et parmi les collaborateurs extérieurs. Trouver le bon dosage dans son management.

## PROGRAMME

### Préciser la place du management dans une rédaction

- Définir qui décide quoi, qui pilote quoi.
- Poser un organigramme clair et fonctionnel.
- Établir la cartographie des compétences présentes, nécessaires et absentes au sein de son équipe rédactionnelle.
- Établir la cartographie des compétences sollicitées en extérieur (pigistes).
- Organiser ou réorganiser ses équipes rédactionnelles.

### Définir la notion de " haut potentiel "

- Les bons rédacteurs, les plus vifs, les plus précoces, les plus geeks, feront-ils de bons managers ?
- Comment repérer et qualifier objectivement un haut potentiel.

- Le haut potentiel en interne : le faire évoluer, les tâches et les missions à lui confier, le tester, le mettre à l'épreuve sans le mettre en danger.
- Le pigiste à haut potentiel : instaurer un savant équilibre pour le conserver et lui laisser son indépendance.

### Mettre en place un management de haute précision

- Identifier les limites de la prise de risque avec les hauts potentiels.
- Avoir conscience des conséquences sur les confrères et l'ensemble des collaborateurs.
- Gérer les difficultés, les tensions, les échecs.
- Instaurer une gestion en collaboration avec les RH.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 41029

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 110 €

## SESSIONS

Paris

11-12 février 2019

24-25 octobre 2019

## OBJECTIFS

Déceler un potentiel intéressant au sein de sa rédaction.  
Gérer les hauts potentiels sollicités en free-lance.

## PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du management dans un média.

## PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs en chef dans un média, chefs de service/rubrique dans un média.

Code Dokelio : 029611

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, mises en situation et jeux de rôles.

# CFPJ ÉDITIONS

## GILLES NOBLET

Après vingt ans de journalisme économique, Gilles Noblet a créé en 2004 sa société, « Passage de cAp », croisant ses compétences en management, communication et ressources humaines. Il exerce, sous son nom d'usage, une activité de conseil en valorisation des talents auprès des cadres dirigeants, des entrepreneurs, des travailleurs du savoir (consultants, designers, scénaristes...) et des artistes. Sa principale qualité : permettre à ses clients de découvrir leur marque personnelle pour en faire une marque reconnue par les autres. Coach certifié par « Mediat-Coaching » dans le cadre d'un cursus accrédité par l'European Mentoring and Council Coaching (EMCC), il a suivi le cursus proposé par l'Institut HEC « Journalistes et Entreprises ».

## “ Nos équipes à votre écoute

Contactez-nous : 01 44 09 22 28  
ou par e-mail : [editions@cfpj.com](mailto:editions@cfpj.com)  
ou consultez la rubrique édition  
de notre site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)



CF013 - 144 pages -  
ISBN : 9782353070176

25,50 € + PORT

Le personal branding dans son métier,  
sa carrière et sa vie

Ce livre innovant applique à l'individu les outils de gestion de marque, mettant en avant sa valeur ajoutée et une image authentique de lui-même. Découverte et affirmation de soi pour développer sa véritable marque personnelle...

# LE BILAN DE COMPÉTENCES

## Vos attentes professionnelles évoluent ?

Le bilan de compétences vous permet de faire le point sur votre expérience professionnelle, vos potentiels, votre motivation en vue d'un nouveau projet.



## NOUVEAU

Vous pouvez utiliser vos heures de CPF pour effectuer votre bilan

> **Code 202 dans votre compte personnel** <

## CONTACT



« **Chargée d'orientation**  
« Médias »

Christine Hugonet  
chugonet@cfpj.com  
01 44 82 20 22

## DES AVANTAGES POUR LE BÉNÉFICIAIRE

Le bilan de compétences vous permet d'avoir une meilleure connaissance de vous-même et de l'environnement professionnel. C'est parfois l'occasion de donner une nouvelle orientation à sa vie : aller vers une VAE, reprendre des études ou se reconvertir.

## DES AVANTAGES POUR L'ENTREPRISE

Le bilan de compétences fait partie intégrante du plan de formation, c'est un outil dans la politique de gestion des ressources humaines.

## VOTRE BILAN DE COMPÉTENCES AU CFPJ

Le CFPJ a créé un service exclusivement destiné à la réalisation de bilans de compétences et d'actions d'évaluation ou d'orientation professionnelle.

Avec des techniques fiables, mises en œuvre par des personnels qualifiés, il garantit un bilan professionnel pointu, une aide pour bâtir et valider des projets tenant compte au maximum des réalités du marché du travail.

Le CFPJ se tient à votre disposition pour tout renseignement et propose un entretien préalable à toute démarche de bilan.

03

**FORMATIONS  
TOUT PUBLIC**



# SOMMAIRE

DIGITAL	148
COMMUNICATION CORPORATE	193
RELATIONS MÉDIAS	214
COMMUNICATION ORALE	224
COMMUNICATION ÉCRITE	234
PHOTO ET INFOGRAPHIE	251
JURIDIQUE	259
MANAGEMENT & LEADERSHIP	262

# DIGITAL

# Écrire pour le web

Maîtriser les techniques d'écriture pour rédiger, corriger, adapter un contenu éditorial destiné à une consultation en ligne.



**FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format  
blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### La rédaction web

- De l'écriture journalistique à l'écriture web.
- Définir la rédaction web et ses enjeux.
- L'infobésité au cœur d'Internet.
- Les supports de rédaction : du site web / blog aux réseaux sociaux.

### Le contenu est roi

- Le contenu : la base de la visibilité sur Internet.
- Maîtriser la structure d'un contenu adapté au web.
- Les nouvelles tendances de la rédaction web.
- Créer une stratégie de contenu.

### Les fondamentaux du SEO

- Connaître les principaux algorithmes de Google.
- Comment Google interprète-t-il le contenu ?
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel / SEO.
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux et à ses différentes cibles.
- Analyser la portée du contenu au travers des réseaux sociaux Facebook, Twitter et LinkedIn.
- Analyser son positionnement sur le web.

### Écrire et adapter des articles existants

- Structurer et optimiser ses articles : cas pratiques.
- Concevoir son maillage interne et ses liens sortants.
- Décliner les différents types de publications : contenu de fond, snacking content, brève, interview, reportage.
- Adapter son contenu aux multiples devices et écrans : Smartphone, tablette, desktop...
- Enrichir et diversifier son contenu : infographies, photos, vidéos, son...

### Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web

- Construction d'un site web : les pages et les articles.
- Structure et arborescence des contenus sur un site web.
- Les outils et plugins indispensables.
- Rédaction d'un article optimisé sur WordPress : exercice.
- Rédiger une charte éditoriale.

## INITIATION

Code : 37002

🕒 3 jours | 21 heures

💰 Prix HT : 1 900 €

## OBJECTIFS

Adapter son contenu aux réseaux sociaux.

Appliquer les bases du référencement naturel.

Enrichir son contenu textuel.

## PRÉREQUIS

Connaissance de base des techniques rédactionnelles traditionnelles.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à produire du contenu pour un site web.

**Code DOKÉLIO : 024503**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Analyse de traitements éditoriaux, exercices d'écriture, adaptation d'articles.

## SESSIONS

### Paris

14 au 16 janvier 2019  
11 au 13 février 2019  
20 au 22 mars 2019  
8 au 10 avril 2019  
20 au 22 mai 2019  
12 au 14 juin 2019  
1<sup>er</sup> au 3 juillet 2019  
27 au 29 août 2019  
23 au 25 septembre 2019  
23 au 25 octobre 2019  
27 au 29 novembre 2019  
16 au 18 décembre 2019  
13 au 15 janvier 2020  
10 au 12 février 2020  
23 au 25 mars 2020

### Lyon

20 au 22 mai 2019  
23 au 25 septembre 2019

### Bordeaux

11 au 13 février 2019  
27 au 29 novembre 2019

### Lille

20 au 22 mars 2019  
23 au 25 octobre 2019

### Strasbourg

8 au 10 avril 2019  
16 au 18 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Parcours

### Un blog, un site performant

#### Écrire pour le web

3 jours  
page 149

#### Mettre en scène l'information sur le web

2 jours  
page 150

#### Créer et animer un blog

2 jours  
page 154

# Gagner en agilité numérique



Se familiariser avec le digital pour se sentir à l'aise dans son travail de production de contenus.

## PROGRAMME

### Naviguer sur Internet

- Identifier un site : l'adresse, les extensions et les noms de domaine.
- Repérer les sites dynamiques, sites statiques, CMS, blogs, forums, réseaux sociaux.

### Chercher sur le web

- Connaître les différents moteurs de recherche.
- Se familiariser avec le fonctionnement de Google.
- Découvrir les principes de la découvrabilité et des bulles de filtre.
- Utiliser la recherche avancée : le choix des mots-clés et les critères de pertinence.
- Utiliser les réseaux sociaux pour rechercher de l'information.
- Découvrir les outils additionnels des réseaux sociaux.

### Publier sur le web

- Analyser le fonctionnement d'une page web.
- Différencier les types de contenus journalistiques.
- Découvrir les formats de l'information numérique.
- Comprendre l'intérêt journalistique des réseaux sociaux.
- Suivre des blogs, des influenceurs.
- Commenter et contribuer à l'interactivité.

### Participer sur le web

- Pratiquer les réseaux sociaux : décliner sa pratique journalistique.
- S'intéresser aux blogs, repérer des experts, des influenceurs pour affiner sa pratique professionnelle.

### Protéger ses données et ses sources

- Pourquoi protéger ses données.
- Évaluer son niveau de protection selon les situations.
- Atelier pratique.

## INITIATION

Code : 46015

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 070 €

### OBJECTIFS

Connaître le vocabulaire usuel d'Internet.  
S'initier aux outils nécessaires pour être à l'aise dans son utilisation du web.  
Chercher et publier sur le web.

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'environnement informatique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024412

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD en amont, présentation interactive, exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

- 10-11 janvier 2019
- 20-21 juin 2019
- 29-30 août 2019
- 28-29 octobre 2019
- 13-14 janvier 2020

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 77

# Mettre en scène l'information sur le web



Exploiter les différentes ressources multimédias pour rendre l'information plus attractive.

## PROGRAMME

### Découvrir de nouvelles formes narratives avec des ressources multiples

- Mêler plusieurs médias.
- Travailler un editing incitatif.
- Créer des plans scénarisés.
- Valoriser l'aspect ludique d'un site avec des quiz.

### Écrire moins, informer plus : choisir les bons outils

- Développer des visuels interactifs et responsives.
- Concevoir une animation.
- Trouver des vidéos pertinentes et les mettre en valeur.

### Concevoir un sujet multimédia

- Traiter et découper les angles.
- Structurer les différentes ressources multimédias.
- Scénariser un long format.

### Les spécificités de l'interview multimédia

- Travailler le son en complément du texte.
- Présenter une interview sonore.
- Valoriser les interviews sur un site.

### Créer un sujet multimédia en desk

- Réagir rapidement à l'actualité avec des angles, des contenus et des traitements originaux.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37027

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 190 €

### OBJECTIFS

Maîtriser la mise en scène de contenus digitaux.  
Mettre en œuvre des logiciels simples pour rendre l'information plus visuelle.  
Articuler les contenus pour concevoir son sujet multimédia.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles pour le web ou avoir suivi "Écrire pour le web".

### PUBLIC CONCERNÉ

Éditeurs, responsables ou chargés de communication, rédacteurs.  
Toute personne amenée à produire du contenu pour un site Internet ou intranet.

Code DOKÉLIO : 030155

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

- 28-29 mars 2019
- 8-9 juillet 2019
- 12-13 novembre 2019
- 26-27 mars 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 15/02/2019  
Le 28/06/2019  
Le 20/12/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Optimiser son référencement naturel

Écrire pour être vu : augmenter son audience et doper sa visibilité sur le web (SEO).

BEST OF

## PROGRAMME

### Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche

- Différencier SEO (Search Engine Optimisation) et SEM (Search Engine Marketing).
- Connaître les types de requêtes et les mots-clés réservés.
- Comprendre le processus d'indexation des pages web par les robots.
- Le PageRank Google et ses implications.

### Définir une stratégie de référencement naturel

- Repérer les balises HTML prises en compte par les moteurs de recherche.
- Google Trends : mesurer les requêtes formulées par les internautes.
- Définir un champ sémantique par page : mots-clés principaux et secondaires.
- Appliquer les mots-clés à la titraille, au corps du texte, aux URLs, etc.

### Optimiser le contenu éditorial

- Qu'est-ce qu'un bon / mauvais article du point de vue du SEO ?
- Les bonnes pratiques à développer au sein d'une rédaction.
- Duplicate content et blacklisting : comprendre et anticiper les écueils.
- Exploiter l'éventail des contenus rich media : images, infographies, sons, vidéos, cartes.
- Calibrer la taille des textes et le nombre d'occurrence des mots-clés.
- Mettre en pratique le PageRank à travers les liens hypertexte : backlinks, crosslinks.

### Développer et mesurer sa notoriété

- Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat, Instagram : les réseaux sociaux comme caisses de résonance.
- Instagram, Pinterest : l'image, vecteur de notoriété.
- Youtube : créer des vidéos virales.
- Identifier les statistiques importantes dans Google Analytics.

## INITIATION

Code : 46023

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche. Définir une stratégie de référencement naturel. Développer et mesurer la notoriété de son site.

### PRÉREQUIS

Publier sur le web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024445

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exercices concrets, mise en application pratique.

## SESSIONS

Paris

8-9 avril 2019  
12-13 septembre 2019  
16-17 décembre 2019

En partenariat avec



# Naviguer sur le darkweb avec Tor

S'initier au web caché et étoffer sa recherche d'informations.

## PROGRAMME

### Intégrer ce qu'est le web invisible

- Comprendre les raisons de l'existence du darkweb.
- Connaître l'intérêt d'aller chercher de l'information dans le darkweb.
- Décoder tous les avantages et les pièges que représente le web invisible.
- Mise en situation : démonstration des informations que l'on peut trouver dans le darkweb sur un sujet.

### Rechercher de l'information sur le darkweb avec Tor

- Identifier les logiciels à installer avant d'aller dans le darkweb.
- Choisir Tor : pour qui et pour quoi faire ?
- Se repérer dans les sites du darkweb.
- Étude de cas : réaliser une recherche d'information dans le web invisible.

## INITIATION

Code : 46155

- 🕒 1/2 journée - 4 heures
- 💰 Prix HT : 395 €

### OBJECTIFS

Comprendre ce qu'est le darkweb. Connaître l'intérêt et les limites d'y rechercher de l'information.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique aguerrie du numérique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 029317

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

## SESSIONS

Paris

22 mars 2019  
15 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réussir son digital storytelling

Inspirer et engager ses publics avec le Storytelling digital.

FORMAT

## PRÉSENTIEL



### PROGRAMME

#### Fondamentaux du storytelling

- Maîtriser les schémas opérationnels pour bâtir l'histoire.
- Jouer sur l'émotion : doser et choisir sa palette émotionnelle.
- Explorer les neuf règles du storytelling.
- Partir du brief pour construire le pitch de l'histoire.

#### Raconter une histoire inspirante : mise en pratique des outils narratifs

- Techniques pour sortir des sentiers battus : booster sa créativité pour raconter des histoires inattendues.
- Construire la narration digitale à partir de son brief : des "stories" aux grandes histoires structurantes.
- Jouer sur les types de focalisation et les formes de récit.
- Raconter dans le digital : le public acteur, le public narrateur.
- Explorer les supports narratifs innovants.

#### Le storytelling digital au service de ses objectifs : astuces et clés pour réussir sa stratégie

- Maîtriser les 7 clés pour créer des contenus digitaux imagés et vivants.
- Découvrir des supports digitaux narratifs innovants.
- Mettre en place une stratégie storytelling crossmedia et une stratégie transmedia.
- S'approprier les règles du storytelling digital pour capter l'attention, captiver et créer de l'engagement.

#### Cas pratique

- Mettre en narration son sujet : bâtir une stratégie storytelling digitale à partir d'un brief de communication en appliquant la feuille de route méthodologique.

### APPROFONDISSEMENT

Code : 37056

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1 350 €

#### OBJECTIFS

Élaborer et déployer une stratégie narrative web.  
Capter l'attention, stimuler la participation et l'engagement des publics.  
Concevoir une stratégie narrative globale (web et print) et créer le dispositif.

#### PRÉREQUIS

Maîtriser des fondamentaux de la communication

#### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code DOKÉLIO : 030156

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cas pratique, mises en situation.

### SESSIONS

#### Paris

7-8 février 2019

20-21 juin 2019

26-27 septembre 2019

19-20 décembre 2019

13-14 février 2020

#### Lyon

20-21 juin 2019

26-27 septembre 2019

#### Nantes

20-21 juin 2019

19-20 décembre 2019

FORMAT

# BLENDED



## PARCOURS VIDEO

### Le storytelling, ça s'apprend : parcours à distance

Définir le concept storytelling et identifier ses multiples utilisations.

- Qu'est-ce que le storytelling ?
- Pourquoi utiliser le storytelling ?
- Quand pouvons-nous utiliser le storytelling ?
- Comment accorder stratégie de marque et storytelling ?

Décrypter l'outil storytelling et les éléments qui le composent.

- Quelles sont les clés d'une bonne histoire ?
- Comment choisir le thème de votre histoire ?
- Comment structurer votre histoire ?
- Comment créer les personnages d'une histoire ?
- Quelle histoire raconter ?
- Comment appliquer le storytelling à une marque ?

Exploiter un storytelling à plusieurs facettes.

- Comment raconter sa marque personnelle ?
- Comment adapter le storytelling à son management ?
- Comment créer une histoire à partir d'un brief d'agence ?
- Comment adapter le storytelling au digital ?

## CLASSE VIRTUELLE

### Réussir son digital storytelling, la classe virtuelle

Les fondamentaux du storytelling : retour sur les points essentiels du parcours à distance, Le storytelling, ça s'apprend.

Les outils du storytelling : schémas opérationnels, feuille de route méthodologique.

### Application

Activité à préparer pour le présentiel : inspirer et engager ses publics.

## PRÉSENTIEL

### Inspirer et engager ses publics avec le Storytelling digital, le présentiel

#### Raconter une histoire inspirante : mise en pratique des outils narratifs

Techniques pour sortir des sentiers battus : booster votre créativité pour raconter des histoires inattendues.

Construire la narration digitale à partir de son brief : des "stories" aux grandes histoires structurantes.

Jouer sur les types de focalisation et les formes de récit.

Raconter dans le digital : le public acteur, le public narrateur.

Explorer les supports narratifs innovants.

#### Le Storytelling digital au service de vos objectifs : astuces et clés pour réussir sa stratégie

Maîtriser les 7 clés pour créer des contenus digitaux imagés et vivants.

Découvrir des supports digitaux narratifs innovants.

Mettre en place une stratégie storytelling crossmedia et une stratégie transmedia.

S'approprier les règles du Storytelling digital pour capter l'attention, captiver et créer de l'engagement.

### Cas pratique

Mettre en narration son sujet : bâtir une stratégie storytelling digitale à partir d'un brief de communication en appliquant la feuille de route méthodologique.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37056

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1 080 €

## OBJECTIFS

Élaborer et déployer une stratégie narrative web.

Capter l'attention, stimuler la participation et l'engagement des publics.

Disposer d'une feuille de route méthodologique, avec des outils opérationnels, pour concevoir une stratégie narrative globale (web et print) et créer le dispositif.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code DOKÉLIO : 058080

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cas pratique, mises en situation.

## SESSIONS

### Session 1

Classe virtuelle le 22 mars et présentiel le 29 mars 2019

### Sesison 2

Classe virtuelle le 13 septembre et présentiel le 20 septembre 2019

# Créer et animer un blog

Faire de son blog un outil riche en contenus plurimédias qui répond aux attentes de ses communautés.

## PROGRAMME

### Créer un blog

- Définition et enjeux du blog.
- Le blog au sein de la stratégie digitale.
- Les différents CMS pour la création de blog.
- WordPress, le CMS le plus utilisé dans le monde.
- Créer un cahier des charges pour son blog.

### Les éléments indispensables à la création d'un blog

- Choisir son nom de domaine et son hébergeur.
- Choisir son template.
- Choisir ses plugins.

### Créer du contenu pour son blog

- Architecture d'un contenu.
- Les fondamentaux du SEO pour optimiser son contenu pour Google.
- Intégrer un module newsletter.
- Intégrer un module de partage vers les réseaux sociaux.

## Mesurer son audience

- Intégrer le code Google Analytics.
- Analyser son audience.
- Définir des objectifs.
- Les outils d'analyse.

## Promouvoir son blog

- Le netlinking.
- Le guest-blogging.
- Ouvrir son blog au collaboratif.
- Partager son contenu sur les réseaux sociaux.

## Les règles du blog en entreprise

- Nommer un super administrateur.
- Attribuer des rôles aux contributeurs.
- Le calendrier éditorial.

## INITIATION

Code : 37016

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

## OBJECTIFS

Identifier les modes d'indexation et d'hébergement.

Acquérir les techniques de la syndication, de l'écriture rédactionnelle, de l'usage des interfaces et des inserts. Promouvoir et protéger un blog.

## PRÉREQUIS

Connaissance des techniques rédactionnelles.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication web. Webmasters, responsables éditoriaux ayant acquis les techniques rédactionnelles pour le web.

Code DOKÉLIO : 024668

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

De nombreux exercices pratiques permettant de créer, paramétrer et publier un blog.

## SESSIONS

### Paris

- 11-12 mars 2019
- 27-28 juin 2019
- 16-17 octobre 2019
- 4-5 mars 2020

# Développer son blog sportif

Acquérir les bons réflexes journalistiques pour professionnaliser son blog sportif.

## PROGRAMME

### Comprendre le succès des blogs

- Connaître les éléments clés de la tendance blog.
- Repérer les bonnes pratiques des blogs sportifs qui cartonnent.
- Intégrer le point fort du blog sportif : apporter un traitement différent de l'information.

### Identifier les éléments de structuration d'un blog

- Définir sa ligne éditoriale.
- Soigner l'ergonomie pour faciliter le parcours de l'internaute.
- Cibler son public, viser une audience.
- Connaître les différents genres d'articles.
- Travailler son style d'écriture.

### Améliorer son blog sportif

- Écrire comme les pros.
- Soigner la présentation et la visibilité de ses articles.
- Varier les styles d'article.
- Gérer l'icongraphie, adopter la vidéo.

- Renforcer la visibilité de son blog.
- Renforcer le visuel sur son blog.
- Acquérir des notions de référencement pour choisir les bons mots-clés.
- Définir ses tags pour promouvoir son blog sportif sur les réseaux sociaux.
- Animer sa communauté, répondre aux commentaires, affiner sa modération.
- Les points de vigilance à avoir : droits photo, trolls, etc.

### Atelier pratique personnalisé

- Identifier les raisons d'un bon ou mauvais article.
- Analyser la structure de son blog : facile à lire ?
- Adapter sa fréquence d'articles aux usages de ses lecteurs.
- Trouver l'équilibre entre l'information et la prise de position personnelle.

## INITIATION

Code : 46171

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

## OBJECTIFS

Définir les objectifs et le positionnement de son blog sportif. Détecter les pistes d'amélioration de son blog. Augmenter l'audience de son blog.

## PRÉREQUIS

Tenir un blog sportif.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public, passionné de sport.

Code DOKÉLIO : 041863

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, benchmark, exercices pratiques, pistes d'amélioration.

## SESSIONS

### Paris

- 25 février 2019
- 25 octobre 2019
- 24 février 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Valoriser les contenus multimédias de son site web

L'editing pour le web.

## PROGRAMME

### Intégrer les particularités de l'information et de la communication sur le web

- Traitement plurimédia de l'information.
- Optimiser l'interactivité de son site web.

### Mesurer l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus

- Identifier les différents modes de lecture et leurs contraintes.
- Améliorer la lisibilité en s'adaptant aux modes de lecture.
- Différencier les niveaux de lecture à l'écran.

### Traiter l'information sur le web

- Transposer les pratiques du secrétariat de rédaction du print au web.
- Mettre en place des process pour gérer les flux de contenus.
- Adapter un papier du print pour le web.
- Définir et suivre sa ligne éditoriale.

### Maîtriser les principes du référencement

- Créer une stratégie de référencement efficace.
- Utiliser le référencement comme une clé de lecture de l'information.
- Connaître et comparer les recherches faites par les internautes.

### L'habillage éditorial pour le web

- Mesurer l'impact du référencement sur les titres et les premières lignes de l'article.
- Choisir avec pertinence les titres et légendes sur le web.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37039

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Améliorer la lisibilité de son site. Adapter sa rédaction à la lecture à l'écran. Mettre en place des process pour gérer les flux de contenus. Prendre en compte les principes du référencement.

### PRÉREQUIS

Connaissance des techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à contribuer au site web de l'entreprise.

Code DOKÉLIO : 040403

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices de réécriture d'articles du print pour le web et habillage de contenus pour le web.

## SESSIONS

Paris

23-24 mai 2019  
12-13 novembre 2019

# Réussir sa newsletter

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de content marketing sur mesure et opérationnelle qui engage ses audiences.

## PROGRAMME

### Identifier les atouts de la newsletter

- Distinguer les types de newsletters : de l'alerte au magazine en passant par la nouvelle.
- Analyser différents modèles éditoriaux, marketing et économiques.

### Concevoir sa propre newsletter

- Définir ses objectifs éditoriaux et marketing.
- Adapter sa structure à la charte graphique et ergonomique de l'entreprise.
- Les techniques de présentation : titre, rubricage, écriture, visuels...
- Concevoir l'interactivité avec les lecteurs.

### Les techniques de production

- Définir les étapes et les méthodes de production.
- Les outils et les techniques d'édition.
- Appliquer les principes de mise en pages et d'habillage graphique.

### Diffuser et faire croître sa newsletter

- Définir la fréquence et la stratégie de diffusion.
- Constituer des listes et gérer des abonnés.
- Mettre en place et gérer la plateforme technique.
- Élaborer une stratégie marketing pour faire croître le nombre d'abonnés.
- Suivre et analyser les performances de sa newsletter.
- Adapter sa stratégie éditoriale grâce au suivi des KPIs.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37004

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Définir les objectifs éditoriaux et marketing d'une newsletter. Adapter son format à la charte graphique de l'entreprise. Rédiger un contenu efficace en fonction de l'audience visée.

### PRÉREQUIS

Pratiquer l'écrit pour le web ou avoir suivi la formation "Écrire pour le web".

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge d'un projet de newsletter présent ou à venir.

Code DOKÉLIO : 031325

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Construction d'une newsletter, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

4-5 février 2019  
6-7 juin 2019  
10-11 octobre 2019  
3-4 février 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 04/01/2019  
Le 13/09/2019  
Le 24/01/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Pratiquer Twitter et Facebook



S'initier à ces deux réseaux sociaux incontournables dans la pratique journalistique au quotidien.

## PROGRAMME

### Utiliser Facebook

- Maîtriser les fonctionnalités.
- Créer, gérer et utiliser une page Facebook.
- Publier ses contenus.
- Sélectionner les outils Facebook pertinents.
- Animer sa page : que publier, quel style éditorial adopter, gérer les commentaires.
- S'initier aux outils complémentaires de Facebook.
- Mettre en place une page Facebook événementielle et la faire vivre.
- Découvrir Facebook Live.

### Utiliser Twitter

- Maîtriser les fonctionnalités.
- Créer, gérer et utiliser un compte Twitter.
- Repérer les personnes intéressantes à suivre selon sa spécialité.
- Utiliser Twitter comme un outil de veille et de promotion de ses articles.
- Maîtriser le RT, le LT et le hashtag.

- S'initier aux outils additionnels de Twitter.

### Les outils complémentaires à connaître

- Maîtriser un raccourcisseur d'URL.
- S'appuyer sur des plateformes pour faciliter sa veille sur les réseaux sociaux.
- Faire du vidéo live.

### S'appuyer sur les réseaux sociaux pour élargir son offre éditoriale

- Valoriser son fonds éditorial.
- S'appuyer sur les réseaux sociaux pour dynamiser ses live d'actualité ou événementiels.
- Recueillir de l'information sur les réseaux sociaux en respectant les règles déontologiques.
- Exercices adaptés aux spécialisations des participants

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46037

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 070 €

### OBJECTIFS

Utiliser ces deux réseaux sociaux incontournables dans la pratique quotidienne pour trouver des informations, pousser des contenus. Intégrer la typologie de ces réseaux sociaux.

Découvrir les fonctionnalités principales et possibilités offertes par ces réseaux sociaux. Comprendre les mécanismes de la viralité.

### PRÉREQUIS

Avoir un compte Twitter et une page Facebook actifs.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024424

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

- 19-20 février 2019
- 26-27 juin 2019
- 14-15 octobre 2019
- 20-21 février 2020

2 FORMATS AU CHOIX :  
**présentiel** ou **distanciel**  
au choix (voir page 79)

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
16/02/2019  
18/06/2019  
11/02/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# S'initier au live Facebook et Twitter



Optimiser son live vidéo.

## PROGRAMME

### Tout savoir sur la déferlante live

- Panorama des médias sociaux proposant la vidéo live, statistiques et particularités de chacun : Facebook Live, Périscope, YouTube, Instagram, Snapchat...
- Les questions à se poser avant d'initier un projet de live.

### Découvrir les différents traitements du live vidéo

- Anticiper et préparer son live.
- Choisir sur quels réseaux diffuser son live vidéo.
- Adapter sa méthode de travail.

### Maîtriser la technique et le matériel

- Découvrir les notions de cadre.
- Utiliser le bon matériel vidéo et son.
- S'équiper du minimum indispensable.
- Aller plus loin : stabilisation, éclairage, caméras (semi) pros, régie...

### Interagir et développer son audience

- Préparer la diffusion de son live et susciter l'attente.
- Gérer de l'audience, des commentaires et des interactions.

### Capitaliser sur son live vidéo

- Réutiliser son live en différé.
- Mesurer l'engagement du public en suivant les principaux indicateurs, pour en tirer des enseignements et ajuster ses prochains contenus live.

## INITIATION

Code : 37101

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Préparer et réaliser son live vidéo. Générer de l'audience en direct. Capitaliser sur son contenu live pour prolonger sa durée de vie.

### PRÉREQUIS

Avoir des notions de community management. Être équipé d'un smartphone et/ou d'une tablette. Des notions de cadre sont un plus.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication. Community managers. Responsables de contenus numériques.

Code DOKÉLIO : 040415

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

- 29 mai 2019
- 6 novembre 2019
- Lyons
- 29 mai 2019
- 6 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Animer sa communauté sur Facebook

Animer au quotidien sa communauté Facebook.

## PROGRAMME

### Animer au quotidien

- Recruter des fans.
- Rédiger des contenus accrocheurs.
- Typologie des contenus publiables : liens, photos, vidéos, articles...
- Les différents rôles sur la page : administrateur, modérateur, éditeur, annonceur, analyste.

- Modérer les contenus postés par les internautes.
- Appliquer les règles déontologiques.
- Définir et suivre les indicateurs clés : engagement, audience, recrutement de fans.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 37071

- 🕒 1/2 journée | 4 heures
- 💰 Prix HT : 480 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les outils participatifs de Facebook pour fédérer une communauté d'internautes.

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance et pratique régulière de Facebook

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code DOKÉLIO : 030113

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

31 mai 2019 après-midi

11 octobre 2019 après-midi

# Animer son compte Twitter

Utiliser et évaluer la puissance de Twitter pour informer et communiquer en instantané.



## PROGRAMME

### Utiliser Twitter pour informer et communiquer

- Mesurer l'intérêt d'utiliser Twitter.
- Personnaliser son compte Twitter : définir son identité visuelle.
- Connaître le jargon de Twitter.
- Les outils de suivi : HootSuite, Tweetdeck.

### Twitter et retweeter

- Humaniser sa stratégie de communication sur Twitter.
- Rédiger un tweet percutant et accrocheur.
- Créer des liens et identifier ses pages grâce aux URL.
- Ajouter et lier des informations à un groupe de tweets : hashtags.
- Réagir aux citations, répondre aux questions des tweets.

- Gérer ses abonnements : listes.
- Live tweeter.
- Faire buzzer ses tweets.
- Appliquer des règles déontologiques.

### Développer sa popularité sur Twitter

- Développer son réseau.
- Mesurer l'importance du référencement avec Twitter.
- Mesurer la valeur de son réseau Twitter.

## INITIATION

Code : 37044

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Utiliser les outils de suivi. Live tweeter. Développer sa popularité sur Twitter.

### PRÉREQUIS

Avoir un compte Twitter.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code DOKÉLIO : 030116

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

31 janvier 2019

15 juillet 2019

17 octobre 2019

31 janvier 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

Le 29/03/2019

Le 18/10/2019

Le 17/01/2020

Le 31/01/2020

Durée : 1 heure

Tarif HT : 120 €

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Investir les réseaux sociaux



Identifier les réseaux sociaux pour mieux les intégrer à sa stratégie de communication.

## PROGRAMME

### Intégrer les évolutions du web : du web statique au web social

- Panorama des médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest...
- Jauger l'impact de Facebook en interne et en externe : les chiffres et les statistiques d'utilisation.
- Évaluer les spécificités des réseaux sociaux professionnels : LinkedIn.
- Utiliser les réseaux sociaux internes : Yammer, BlueKiwi, Slack...
- Ateliers : Twitter, Snapchat et blogging.

### Étudier les outils plurimédias de partage

- Coconstruire du savoir : Wikipédias, wikis...
- Adapter une vidéo aux réseaux : YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat.
- Créer une image interactive : Thinglink.
- Illustrer par le son avec Soundcloud.

## INITIATION

Code : 38057

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1350 €

### OBJECTIFS

Utiliser Twitter, Facebook, Snapchat dans un contexte professionnel. Partager du contenu. Comprendre l'impact des réseaux sociaux sur sa communication.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant avoir un panorama complet des principaux réseaux sociaux.

Code DOKÉLIO : 030010

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentelle sont pratiquées lors de la formation. Ateliers pratiques.

## SESSIONS

### Paris

- 9-10 janvier 2019
- 25-26 mars 2019
- 3-4 juin 2019
- 9-10 septembre 2019
- 25-26 novembre 2019
- 6-7 janvier 2020
- 23-24 mars 2020

### Lyon

- 25-26 mars 2019
- 25-26 novembre 2019

### Bordeaux

- 21-22 mars 2019
- 9-10 septembre 2019

# Stalker sur les réseaux sociaux



Dénicher des informations sur Twitter, Facebook, Instagram, pour ses contenus numériques.

## PROGRAMME

### Maîtriser la veille et la recherche d'information sur les réseaux sociaux

- Définir ce que signifie "stalker".
- Découvrir des exemples de stalk journalistiques.
- Délimiter un champ d'action éthique lorsque l'on décide de stalker.
- Distinguer les informations publiques des informations privées : faire les bons choix.
- Penser ses recherches avancées : interaction, géocode, etc.
- Organiser ses flux de veille.

### Découvrir les outils de stalking

- Maîtriser les techniques d'intelligence open source : TweetBeaver, Analytics, Web Archive, Stwity, Pipl, Inteltech.
- Mettre au jour les interactions "cachées" sur Twitter.
- Extraire des données d'un profil Facebook... même si vous n'êtes pas amis.

### Nombreuses mises en application pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46197

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Améliorer ses enquêtes en exploitant les données des réseaux sociaux. Utiliser un arsenal d'outils complémentaires pour mener son enquête. Adopter une ligne éthique.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 058193

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples, exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

- 27 février 2019
- 13 septembre 2019
- 26 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# S'initier à Instagram et Snapchat

Connaître ces réseaux sociaux pour les intégrer dans sa pratique éditoriale.



## PROGRAMME

### S'initier aux réseaux sociaux photos

- Découvrir Snapchat : fonctionnalités, cibles, usages.
- Découvrir Instagram : fonctionnalités, cibles, usages.

### S'approprier les usages de ces réseaux sociaux

- Identifier les mots-clés des réseaux sociaux : snap, timeline, hashtag, liker...
- Choisir entre profil, page, groupe.
- Animer sa timeline, dynamiser ses live.
- Gérer la complémentarité entre différents réseaux.
- Créer sa communauté sur ces réseaux sociaux.
- Créer le buzz sur un réseau social : opportunités et risques.

## Intégrer les réseaux sociaux dans sa pratique

- Identifier les prescripteurs sur Snapchat et Instagram.
- Créer des stories.
- L'interactivité sur les réseaux sociaux : les enjeux pour les journalistes et les médias.

### Exercices pratiques

## INITIATION

Code : 46115

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 070 €

### OBJECTIFS

Connaître les caractéristiques de ces réseaux sociaux dédiés à l'image. Réfléchir à la manière de faire exister sa marque, son média sur ses réseaux. Découvrir la pratique des stories.

### PRÉREQUIS

Avoir déjà un compte Twitter et/ou Facebook.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024986

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exercices pratiques de prise en main et d'utilisation.

## SESSIONS

### Paris

7-8 mars 2019  
23-24 septembre 2019  
5-6 mars 2020

### Lyon

7-8 mars 2019  
23-24 septembre 2019

### Bordeaux

21 mars 2019  
3-4 octobre 2019

### Nantes

21-22 mars 2019  
3-4 octobre 2019

### Strasbourg

4-5 avril 2019  
14-15 octobre 2019

### Lille

7-8 mars 2019  
23-24 septembre 2019

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 27/06/2019  
Le 20/12/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# S'initier à Pinterest

Connaître le réseau de partage de photos et vidéos pour l'intégrer dans sa pratique éditoriale.



## PROGRAMME

### Découvrir Pinterest

- Naviguer : accueil, explorer, rechercher.
- Publier sur Pinterest : le principe des épingles, les tableaux et les sous-tableaux.
- Administrer le tableau : description, hashtag, thème, collaborateurs.
- Administrer une épingle : description, hashtag, lien.
- Organiser ses photos : créer un top ou une story.

### S'approprier les outils et usages de Pinterest

- Définir et mettre en place une stratégie d'épingles enrichies : produit, article, appli et recette.
- Animer et engager sa communauté avec des concours.
- Analyser les bonnes pratiques des comptes les plus vertueux.

## Intégrer Pinterest dans sa pratique

- Utiliser Pinterest comme source : améliorer sa veille (tendances, humour, tops et recherche visuelle).
- Intégrer Pinterest dans sa stratégie SEO.
- Imaginer des formats dédiés.
- Suivre ses metrics avec son compte pro Pinterest Analytics et ajuster sa production.
- Intégrer Pinterest à son site et ses produits : les boutons de partage, les widgets (site, site marchand et Prestashop) et les pincodes.

### Exercices pratiques

## INITIATION

Code : 46198

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Découvrir le réseau social, ses caractéristiques, son public et ses outils. Créer des visuels adaptés, des tableaux éditorialisés, intégrer des liens. Améliorer la visibilité de son média et de son site.

### PRÉREQUIS

Être intéressé par l'image et la vidéo, utiliser éventuellement d'autres réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 058167

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, prise en main, exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

6 mars 2019  
25 septembre 2019  
6 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Publier sur Snapchat



Mettre en place une stratégie de contenus et d'animation communautaire sur Snapchat.

## PROGRAMME

### Tout connaître de Snapchat

- Typologie des utilisateurs.
- Les intérêts d'une marque / entreprise à être présente sur Snapchat.

### Comprendre les fonctionnalités de Snapchat

- Les filtres, lentes et stickers.
- Les Stories.
- Discover et les partenariats avec les médias.
- Le Live, le Snapcode, le Chat et les dernières fonctionnalités...

### Mettre en place une stratégie de contenus sur Snapchat

- Les formats à privilégier et les contenus qui performant.
- Organiser sa production de contenus.
- Faire croître sa communauté.
- Hiérarchiser l'information et rédiger.
- Appliquer des règles déontologiques.

### Amplifier ses contenus grâce à la publicité

- Les principaux formats de publicité.
- Cibler très finement son audience.

### Suivre ses performances Snapchat

- Les statistiques.
- Les principaux KPIs à suivre.

### Maîtriser l'écosystème Snap

- Spectacles : les lunettes vidéo de Snap.
- Snapcash : vers des transactions au sein de l'app.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37102

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre les fonctionnalités et opportunités de Snapchat pour sa marque.

Amplifier ses contenus grâce à la publicité.

Maîtriser l'écosystème snap.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, responsables marketing.

Toute personne amenée à utiliser Snapchat dans un cadre professionnel.

Code DOKÉLIO : 040409

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

13 mars 2019  
31 octobre 2019  
13 mars 2020

### Lyon

31 octobre 2019

# Produire des stories



Se familiariser avec les différents formats de stories selon les réseaux sociaux.

## PROGRAMME

### Comprendre la montée en puissance du format stories

- Panorama des stories : Stories sur Snapchat et Instagram, Journée sur Messenger, Status sur Whatsapp, Series sur Medium.
- Découvrir une autre expérience de consommation de contenus sur les réseaux sociaux.
- Comprendre les enjeux d'une narration pensée en mobile first.
- Identifier les exigences de mise en scène personnelle.
- Favoriser la diffusion communautaire.

### Produire une story

- Déterminer ses objectifs éditoriaux.
- Anticiper le sujet : déroulé temporel, ton, traitement graphique et séquences nécessaires.
- Raisonner en séquences.
- Éditer une story sur la plateforme de son choix.
- Gérer une postproduction express : texte, emojis, photos, vidéos, etc.

- Anticiper la diffusion d'une histoire sur 24 heures.
- Appliquer les règles déontologiques du journalisme.

### Promouvoir et archiver ses stories

- Récupérer ses contenus et les présenter.
- Jouer la viralité sur les réseaux sociaux.

### Nombreuses mises en application pratiques

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46169

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux d'une narration pensée en mobile first. Produire une story simple. Maîtriser la création de contenus dédiés.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 040642

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, visionnage et production de stories, exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

27 février 2019  
16 octobre 2019  
28 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Devenir influent sur LinkedIn et Twitter

Définir une stratégie de communication spécifique propre à développer son influence sur LinkedIn et Twitter.

## PROGRAMME

### LinkedIn et Twitter, médias de l'influence professionnelle

- LinkedIn, le seul réseau social 100 % professionnel.
- Twitter, au cœur des réseaux d'influence.

### Consolider sa marque personnelle

- Les clés pour des profils solides.
- Les axes de différenciation.

### Écrire pour LinkedIn et Twitter

- Découvrir les fondamentaux de l'écriture web.
- Différencier les formats.
- Intégrer la dimension visuelle des écrits.
- Découvrir les solutions gratuites de création graphique dédiées aux réseaux sociaux.

### Choisir une stratégie éditoriale différenciée

- Concevoir et mettre en place une stratégie éditoriale.
- Sélectionner les sujets à potentiel d'influence.
- Varier les angles.
- Produire des contenus.

### Organiser la curation de contenus

- Choisir une solution de veille et de curation : Pocket, Tweetdeck, Hootsuite.
- "Doser" sa visibilité.

### Augmenter progressivement son impact

- Planifier et mesurer.
- Mobiliser sa propre communauté et développer des synergies éditoriales.
- Engager progressivement avec d'autres influenceurs.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37080

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Construire une stratégie éditoriale. Organiser la curation de contenus pertinents. Accroître sa visibilité et son audience en maîtrisant les techniques d'engagement.

### PRÉREQUIS

Disposer déjà d'une première expérience sur LinkedIn et Twitter.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à communiquer sur LinkedIn et Twitter, soit à titre personnel, pour le compte d'un dirigeant ou porte-parole, ou encore pour son organisation.

Code DOKÉLIO : 030136

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentelle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

20-21 février 2019  
16-17 mai 2019  
5-6 septembre 2019  
19-20 décembre 2019  
17-18 février 2020

### Lyon

20-21 février 2019  
5-6 septembre 2019

# CFPJ ÉDITIONS

## XAVIER DELENGAIGNE

Attaché territorial, spécialisé dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication, il est actuellement directeur des systèmes d'information dans une grande ville de la métropole lilloise. Formateur en management et en informatique, il est l'auteur de plusieurs ouvrages, notamment sur le Mind Mapping, rédige régulièrement des articles sur territorial.fr et coanime le blog collectivitenumerique.fr.

## FABRICE GONTIER

Journaliste spécialisé dans la complémentarité web/papier et le diaporama multimédia, ancien de la PQR, actuellement rédacteur en chef d'un magazine et d'un portail Internet d'une importante collectivité, il intervient régulièrement pour le CFPJ en tant que formateur multimédia. Consultant, il apporte son expertise pour la mise en place de sites ou de blogs et est le créateur d'un blog dédié au journalisme en ligne et aux innovations technologiques : espritblog.com.



CF033 - 128 pages -  
ISBN : 978-2-35307-028-2

**28,50 €** + PORT

Communiquer efficacement sur le web

Traiter du texte, du son, de la vidéo, une carte, un diaporama, faire du Mind Mapping, travailler avec Facebook ou Twitter, sur un ordinateur ou sur un mobile : les auteurs de ce livre recensent les principaux outils multimédias du web.

## 66 Nos équipes à votre écoute

Contactez-nous : 01 44 09 22 28 ou par e-mail : [editions@cfpj.com](mailto:editions@cfpj.com) ou consultez la rubrique édition de notre site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

# Les fondamentaux du community management



Se positionner en community manager pour créer, développer et animer sa communauté.

## PROGRAMME

### Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux

- Qu'est-ce qu'une communauté ? À quoi sert-elle ?
- Déterminer les impacts du web social sur l'identité individuelle, sur la relation marque-consommateurs, sur l'image des marques.

### Définir sa stratégie communautaire

- Créer sa communauté ou profiter des communautés existantes.
- Piloter son image au sein des communautés.
- Optimiser ses investissements online grâce aux communautés.

### Construire et développer sa communauté

- Définir les valeurs de sa communauté.
- Impliquer ses collègues : les enjeux.

### Animer sa communauté et améliorer sa cohésion

- Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté.
- Faire des membres existants des relais d'information.
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences.
- Assurer la fidélisation.
- Faire respecter les règles éthiques par la modération des contenus.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37033

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Définir une stratégie pour construire et développer sa communauté.  
Animer sa communauté.  
Fidéliser ses membres et améliorer leur cohésion.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles pour le web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication. Webmasters et responsables éditoriaux ayant acquis les techniques rédactionnelles pour le web.

Code DOKÉLIO : 030034

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

14-15 mars 2019  
24-25 juin 2019  
9-10 octobre 2019  
12-13 mars 2020

### Lyon

14-15 mars 2019  
9-10 octobre 2019

### Bordeaux

24-25 juin 2019  
16-17 décembre 2019

# Les réseaux sociaux pour non-spécialistes



Comprendre les réseaux sociaux pour un usage personnel et professionnel.

## PROGRAMME

### Se familiariser

- Comprendre les enjeux des réseaux sociaux pour les organisations.
- Comprendre les enjeux des réseaux sociaux pour les professionnels.
- Distinguer les réseaux professionnels des réseaux de loisirs.
- Connaître l'environnement technique et social des principales plateformes utilisées.
- Profiter des outils gratuits de travail en ligne.

### Se lancer

- Organiser une veille sur son métier.
- Ouvrir un compte personnel sur un réseau social.
- Mettre en œuvre les bonnes pratiques de l'e-réputation pour soi.
- Profiter des outils gratuits de mise en avant de son profil / CV.
- Socialiser son travail et sa présence en ligne ou comment passer d'un réseau hors ligne à un réseau en ligne.
- Gérer des conversations en ligne : modération et savoir-être.
- Gagner en influence.

## INITIATION

Code : 37060

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre les réseaux sociaux pour un usage personnel et professionnel.  
Mettre en place une veille.  
Gagner en visibilité.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant comprendre les réseaux sociaux et les utiliser dans sa vie personnelle et/ou professionnelle.

Code DOKÉLIO : 029966

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
De nombreux exercices pratiques ciblés et personnalisés.

## SESSIONS

### Paris

15 mai 2019  
3 juillet 2019  
11 décembre 2019  
3 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcjp@cfpj.com](mailto:intrafcjp@cfpj.com)

# Écrire pour sa communauté

Écrire sur les réseaux sociaux.



## PROGRAMME

### Définir ses objectifs de communication

- Déterminer son message et l'objectif à atteindre.
- Définir sa cible et sa plateforme.
- Appliquer les règles de publication selon la plateforme.
- Évaluer l'impact de sa communication.

### Écrire pour sa communauté

- Écrire avec le bon ton pour créer de l'engagement.
- Utiliser les stories et le storytelling.
- Créer du contenu pour faire du bruit, être viral.
- Publier au bon moment.

## Atelier pratique

- Produire du contenu pour Twitter, Facebook, LinkedIn.
- S'appuyer sur sa communauté pour enrichir son contenu.

### Optimiser son écrit et évaluer son impact

- S'appropriier les outils de suivi.
- Planifier ses posts.
- Mesurer son taux d'engagement.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37110

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Publier au bon moment sur la bonne plateforme auprès de la bonne communauté.

Optimiser la rédaction des tweets, des posts Facebook, d'un post Instagram et d'un post LinkedIn.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Écrire pour le web" ou pratiquer les réseaux sociaux régulièrement.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à produire du contenu pour les réseaux sociaux.

Code DOKÉLIO : 040401

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

19 juin 2019  
3 décembre 2019  
11 mars 2020

### Lyon

19 juin 2019  
3 décembre 2019

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 01/03/2019  
Le 27/09/2019  
Le 13/03/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# Organiser la gestion de ses communautés

Connaître et maîtriser les outils pour animer au quotidien sa communauté et valoriser son projet.



## PROGRAMME

### S'organiser pour animer sa communauté

- Le document de cadrage du projet communautaire.
- Le calendrier éditorial.
- Les outils de programmation et de publication : Hootsuite, Tweetdeck.
- Les réducteurs d'URL : po.st, bit.ly.

### Gérer les risques

- La charte de modération.
- Les éléments de langage.
- Le guide interne d'utilisation des réseaux sociaux par les collaborateurs.

## Analyser et reporter

- Les tableaux de bord statistiques des réseaux sociaux.
- Le rapport périodique d'activité.
- Les outils de synthèse à disposition du community manager : Socialbaker, Crowdbooster, Hootsuite.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 37070

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Optimiser l'animation de ses communautés.

Analyser son audience.

Faire son reporting.

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance et pratique régulière des réseaux sociaux ou avoir suivi "Les fondamentaux du community management".

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à gérer une communauté en ligne, ou désirant élargir ses compétences opérationnelles en community management.

Code DOKÉLIO : 030110

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

4 juin 2019  
25 octobre 2019  
10 février 2020

### Nantes

4 juin 2019  
25 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Partir à la rencontre de sa communauté

Rencontrer et savoir s'appuyer sa communauté.

## PROGRAMME

### L'enjeu des communautés au sein du community management

- Définir la communauté et ses objectifs.
- Comprendre le rôle de la communauté au sein d'une stratégie social media.
- Créer et développer sa communauté.

### Partir à la rencontre de sa communauté

- Pourquoi rencontrer sa communauté ? Quels sont les enjeux ?
- La gestion de communautés online vs offline.
- La gestion d'événement comme levier de rencontre.
- Les outils d'aide à la rencontre.
- Définir ses objectifs et établir un budget.
- Mesurer la performance de ses actions.

### Le marketing participatif comme levier de rencontre

- Comprendre le marketing participatif et l'amener au sein du community management.
- Élaborer ou cocréer son offre produit / service en s'appuyant sur sa communauté.
- Accroître son engagement par le biais du marketing participatif.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37108

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 320 €

### OBJECTIFS

Travailler sur une forme d'engagement intra-communautaire. Rencontrer sa communauté. Définir ses objectifs et les budgéter. Accroître l'engagement de sa communauté.

### PRÉREQUIS

Bonnes connaissances des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Community managers, social media managers ou toutes personnes souhaitant élargir leurs compétences en matière d'engagement communautaire.

**Code DOKÉLIO : 040424**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

De nombreux exercices pratiques : exercice sur la gestion de rencontre de sa communauté, analyse d'un cas réel et exemples de domaines d'application.

## SESSIONS

Paris

23-24 mai 2019  
16-17 septembre 2019  
12-13 février 2020

En partenariat avec



# Démarrer son référencement vocal

S'initier au SEO vocal.

NEW

## PROGRAMME

### Le référencement naturel ou SEO

- Comprendre le référencement naturel ou SEO.
- Les différents algorithmes de Google.
- Les dernières tendances du référencement naturel.

### Le SEO vocal

- Le référencement naturel passera par la voix.
- Les assistants vocaux : Siri, Cortana, Google Assistant...
- Les requêtes de recherches vocales.
- Comment Google interprète-t-il le contenu ?

### Créer du contenu pour les assistants vocaux

- Quelques chiffres sur la recherche vocale.
- Analyse du champ lexical de ses mots-clés.
- Comprendre les intentions de recherche en SEO.
- Structurer un contenu et l'optimiser pour la recherche vocale.
- Exercices et analyse des requêtes avec Google Assistant.

### L'impact du SEO vocal sur le business en ligne

- Le principe des intentions de recherche.
- Analyse des requêtes : informationnelles, navigationnelles et transactionnelles.
- Savoir répondre à une requête vocale.

## INITIATION

Code : 37115

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 720 €

### OBJECTIFS

Comprendre le référencement naturel. Intégrer les spécificités du SEO vocal. Créer du contenu pour les assistants vocaux.

### PRÉREQUIS

Bonnes connaissances des médias sociaux et du référencement.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à travailler sur le SEO vocal.

**Code DOKÉLIO : 057739**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

13 mai 2019  
4 octobre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Community manager interne : développer et faire vivre son réseau social d'entreprise



Animer et faire vivre son RSE.

## PROGRAMME

### Panorama des enjeux du collaboratif en entreprise

- Choisir le réseau social correspondant aux besoins de l'entreprise et de ses collaborateurs.
- Les apports d'un RSE : valorisation des expertises, développement de l'innovation, partage d'expériences, aide à la conduite du changement...

### Le réseau social d'entreprise : plus qu'un outil, un état d'esprit

- Le principe des communautés : publiques, privées, secrètes.
- Les outils de communication proposés dans un réseau social d'entreprise.

### Les impacts sur l'organisation

- Faire adhérer les managers.
- La nécessité de mise en place d'une gouvernance.

## ANIMER UN RSE

- Proposer différents types de communautés au sein de son RSE.
- Organiser des événements communautaires.

## FAIRE VIVRE SON RSE

- Bonnes pratiques à partager, règles à respecter et erreurs à éviter.
- Principes d'animation, leviers de participation.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37061

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 350 €

## OBJECTIFS

Déterminer ses objectifs de communication.  
Appréhender les impacts d'un RSE sur l'organisation.  
Animer son RSE.

## PRÉREQUIS

Avoir une connaissance fine des réseaux et des médias sociaux ou avoir suivi la formation "les fondamentaux du community management".

## PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse aux communicants chargés d'animer un Réseau Social d'Entreprise et à l'ensemble des membres des équipes communication chargés du pilotage du RSE.

Code DOKÉLIO : 030038

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle.

## SESSIONS

Paris

8-9 avril 2019  
16-17 septembre 2019  
9-10 décembre 2019

# Le community management en période de crise



Préparer et gérer la crise sur les réseaux sociaux.

## PROGRAMME

### Comprendre les forces en présence sur les réseaux sociaux

- Connaître les enjeux des communautés en ligne pour les organisations.
- Surveiller les communautés : outils, systèmes d'alertes.
- Cartographier les communautés en ligne et les espaces participatifs.
- Se positionner au sein de la communauté et de l'organisation.

### Réduire les risques de crise

- Distinguer les cas de vraies crises des autres cas.
- Repérer les sources de départ potentiel de crise.
- Sensibiliser les dirigeants de l'organisation aux risques des réseaux sociaux.
- Éviter que l'emballlement communautaire sur les réseaux sociaux ne devienne une crise.

## PRÉPARER LA GESTION DE CRISE

- Impliquer les dirigeants dans la préparation de la crise.
- Cadrer les relations de l'organisation avec les publics internes sur les réseaux sociaux.
- Prévoir les stratégies de réponse aux sujets tabous et sensibles.

## GÉRER LA CRISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- S'armer des outils permettant d'être réactif.
- S'organiser pour accroître la surveillance et définir la stratégie de réponse.
- Adapter la réponse au contexte et à la communauté.
- Savoir profiter de la crise.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 37062

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

## OBJECTIFS

Distinguer les cas de vraies crises des autres cas.  
Prévoir les stratégies de réponse.  
Adapter la réponse au contexte et à la communauté.

## PRÉREQUIS

Avoir une expérience confirmée de community manager ou avoir suivi la formation "Les fondamentaux du community management".

## PUBLIC CONCERNÉ

Community managers  
Code DOKÉLIO : 040408

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Alternance d'exercices pratiques, de jeux pédagogiques et de mises en situation.

## SESSIONS

Paris

28 juin 2019  
13 décembre 2019  
16 mars 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 22/03/2019  
Le 20/09/2019  
Le 22/03/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# S'initier à Wordpress

Découvrir ce CMS pour créer et personnaliser son blog.

## PROGRAMME

### Créer son blog avec Wordpress

- Connaître les particularités de Wordpress par rapport à d'autres CMS.
- Choisir l'hébergeur et le nom de domaine.
- Installer le site Wordpress sur un serveur, via FTP.
- Mise en situation : installation de la structure de son blog

### Publier et illustrer des articles avec Wordpress

- Créer et appliquer des catégories d'articles.
- Choisir et installer un thème.
- Créer un menu de navigation.
- Atelier pratique : personnalisation de son blog et optimisation de son référencement : logo, widgets, etc.

## INITIATION

Code : 46159

- 1/2 journée - 4 heures
- Prix HT : 395 €

### OBJECTIFS

Découvrir cet outil de publication en ligne pour créer et personnaliser son blog.  
Découvrir les fonctionnalités de Wordpress.  
Publier sur Wordpress.  
Optimiser le référencement de son blog.

### PRÉREQUIS

Avoir une connaissance des univers informatique et numérique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 029297

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique : les participants travaillent sur la mise en place ou l'amélioration de leur blog.

## SESSIONS

Paris

8 février 2019  
20 septembre 2019  
7 février 2020

# Créer un site événementiel sous Wordpress

Mettre en place un site dédié à un événement en utilisant Wordpress.

## PROGRAMME

### Connaître les particularités d'un site événementiel avec Wordpress

- Penser à l'organisation : le rétro-planning, la répartition des rôles.
- Choisir l'hébergeur, le nom de domaine, les mots-clés.
- Installer le site Wordpress sur un serveur, via FTP.
- Mise en situation : préparation du travail en amont à la création d'un site événementiel.

### Développer son site événementiel

- Typologie de sites événementiels : thèmes, navigation, contenus.
- Personnaliser le site : thèmes, plugins, logo, modèles de pages, couleurs.
- Faire connaître le site en amont : créer une newsletter, un formulaire d'inscription, un mur de tweets, exploiter les réseaux sociaux comme caisse de résonance.
- Atelier pratique : mise en place de son blog événementiel et d'outils complémentaires.

## INITIATION

Code : 46151

- 1/2 journée - 4 heures
- Prix HT : 395 €

### OBJECTIFS

Déployer son site dédié sous Wordpress.  
Créer le buzz autour de son site événementiel.

### PRÉREQUIS

Venir en formation avec une idée précise d'un site événementiel à monter (événement local, national, thématique...).

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 029298

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique de réalisation d'un site événementiel.

## SESSIONS

Paris

29 mai 2019  
13 décembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Créer une stratégie de com' sur les réseaux sociaux



Intégrer une stratégie communautaire à son plan de com'.

## PROGRAMME

### Développer une stratégie d'intégration des réseaux sociaux

- Évaluer la valeur ajoutée des réseaux sociaux dans sa stratégie de communication.
- Définir ses objectifs : communiquer autour de la marque, générer du buzz, nouer des partenariats.
- Connaître les types de projets adaptés aux réseaux sociaux.
- Favoriser une approche cohérente des réseaux sociaux.
- Maîtriser la liaison entre réseaux sociaux et communication interne.
- Tirer parti de la communauté et de la viralité.

### Animer une plateforme communautaire pour assurer une présence continue

- Bonnes pratiques d'animation sur les plateformes communautaires.
- Bonnes pratiques pour répondre aux insight clients, construire, animer et développer des communautés.
- Savoir modérer sa communauté.
- Organiser un événement sur les plateformes communautaires.
- Appréhender les Chatbots, un enjeu déterminant pour les marques.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38094

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 400 €

### OBJECTIFS

Communiquer autour de sa marque sur les médias sociaux. Favoriser une approche cohérente des réseaux sociaux. Tirer parti de la communauté et de la viralité.

### PRÉREQUIS

Avoir une connaissance fine des réseaux et des médias sociaux ou avoir suivi la formation "Investir les réseaux sociaux".

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, de marketing.

Code DOKÉLIO : 030027

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

- 14-15 janvier 2019
- 7-8 mars 2019
- 9-10 mai 2019
- 19-20 septembre 2019
- 2-3 décembre 2019
- 13-14 janvier 2020
- 9-10 mars 2020

### Lyon

- 9-10 mai 2019
- 2-3 décembre 2019

### Bordeaux

- 7-8 mars 2019
- 19-20 septembre 2019

### Nantes

- 7-8 mars 2019
- 19-20 septembre 2019

# Mesurer sa performance sur les réseaux et médias sociaux

Comprendre l'importance de mettre en place un reporting, définir ses indicateurs et créer ses tableaux de bord.

## PROGRAMME

### Comprendre pourquoi évaluer ses actions

- Définir ses indicateurs pour analyser la performance d'une stratégie social media.
- Fixer ses objectifs stratégiques et les KPIs qui s'y rattachent.
- Croiser plusieurs indicateurs pour poursuivre une stratégie social media ou la réorienter si besoin.
- Mesurer ses actions pour soi, pour évangéliser en interne et rassurer en externe.

### Mesurer son ROI

- Fixer ses objectifs stratégiques et les KPIs qui s'y rattachent.
- Repérer où se situe sa communauté.
- Mesurer les comportements.
- Comparer ses performances d'audience avec ses concurrents.
- La fin du earned media ?
- Découvrir les outils de monitoring des réseaux sociaux.

### Booster son ROI sur les réseaux et les médias sociaux

- Maîtriser sa e-réputation : moteurs de recherche spécialisés, services d'alerte, veille.
- Mettre en oeuvre des outils de reporting sur Facebook, Twitter, Instagram et les réseaux professionnels.

### Travail en atelier "reporting"

- Mise en conditions réelles
- Restitution et débriefing

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46107

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 200 €

### OBJECTIFS

Mettre en place un reporting, définir ses indicateurs et créer des tableaux de bord pour mesurer sa performance sur les réseaux sociaux.

Comprendre l'importance du reporting. Mettre en place ses propres KPIs. Partager ses tableaux de bord.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique aguerrie des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Community managers, social media managers, utilisateurs aguerries des réseaux sociaux.

Code DOKÉLIO : 024549

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, prise en main d'outils, mise en place de tableaux de bord, exercices concrets.

## SESSIONS

### Paris

- 14-15 mars 2019
- 15-16 mai 2019
- 28-29 octobre 2019
- 9-10 janvier 2020
- 12-13 mars 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# S'initier à Google Analytics

Comprendre et exploiter Google Analytics.



## PROGRAMME

### Connaître les indicateurs clés de la performance d'un site Internet

- Mieux appréhender le ROI digital et la culture de la performance.
- La place de Google Analytics au sein des outils de mesure d'audience.
- Définir ses KPIs en fonction de ses objectifs : modèles AAARR, AIDA...
- Étude de cas : mettre en place une politique d'évaluation de stratégie digitale.

### Comprendre Google Analytics

- Connaître l'interface d'un compte et la gestion des cookies.
- Paramétrer correctement Google Analytics : liens avec d'autres outils, gestion moteurs de recherche, mots-clés...
- Optimiser un plan de tagging.
- Comprendre et choisir ses KPIs dans Audience, Acquisition, Comportement.
- Définir ses problématiques de conversion.

### Affiner l'exploitation des données

- Paramétrer des vues.
- Segmenter ses cibles.
- Mettre en place des filtres et objectifs de conversion.
- Utiliser les dimensions secondaires.

### Piloter la performance

- Créer un tableau de bord avec Google Data Studio.
- Gérer Google Optimize pour l'AB testing.

### Nombreux exercices pratiques

## INITIATION

Code : 37067

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Connaître les indicateurs-clés de la performance d'un site Internet. Comprendre Google Analytics. Affiner l'exploitation des données et piloter la performance.

### PRÉREQUIS

Disposer d'un compte Google Analytics. Chaque participant doit avoir ses identifiants de connexion à Google Analytics lors de la formation.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, de marketing. Community manager. Responsables de contenus numériques.

Code DOKÉLIO : 030115

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cette formation a été spécialement développée pour maximiser le temps dédié à l'utilisation de Google Analytics.

## SESSIONS

### Paris

1<sup>er</sup> février 2019  
28 juin 2019  
11 octobre 2019

### Lyon

11 octobre 2019

En partenariat avec



# Devenir influenceur

Gagner de l'influence sur les réseaux sociaux.

## PROGRAMME

### Introduction : qu'est-ce qu'un influenceur sur Internet ?

- Comprendre les rôles et les missions des influenceurs.
- Estimer le salaire des influenceurs.

### Le marketing d'influence

- Définir le marketing d'influence.
- Connaître les plateformes de gestion entre marques et influenceurs.
- Connaître les agences de marketing d'influence.

### Les relations entre marques et influenceurs

- Établir des relations avec des marques.
- Comprendre les intérêts pour les marques de faire appel à des influenceurs.
- Estimer les budgets alloués aux campagnes.

### Les principaux canaux où sont présents les influenceurs

- Les influenceurs blogueurs / YouTube / Snap / Instagram.
- Les autres supports où sont présents les influenceurs.

### Devenir influenceur

- Définir un projet et le créer.
- Analyser la concurrence.
- Créer et gérer sa présence digitale.
- S'inscrire sur les plateformes de marketing d'influence.
- Monétiser son audience.
- Acquérir les fondamentaux du SEO pour se positionner et gagner en visibilité.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37112

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1 850 €

### OBJECTIFS

Comprendre le marketing d'influence. Définir ses canaux d'influence. Monétiser son audience.

### PRÉREQUIS

Bonnes connaissances des réseaux sociaux, du blogging et de la rédaction.

### PUBLIC CONCERNÉ

Community managers, social media managers ou toute personne souhaitant monétiser une audience ou apprendre à gagner de l'influence sur Internet

Code DOKÉLIO : 040410

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation. Cas pratiques : étude et analyse de campagnes d'influenceurs.

## SESSIONS

### Paris

1<sup>er</sup> au 3 avril 2019  
1<sup>er</sup> au 3 octobre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Responsable relations e-influenceurs



Intégrer les e-influenceurs dans sa stratégie de communication et le storytelling de sa marque.

## PROGRAMME

### Fixer, piloter et mettre en place la stratégie de communication auprès des e-influenceurs

- Fixer des objectifs précis, cohérents avec la stratégie de communication.
- Intégrer une stratégie d'e-influence dans sa stratégie digitale.
- Identifier les bonnes pratiques et les campagnes efficaces en matière d'e-influence.
- Définir un cahier des charges et travailler avec les agences.

### Identifier les acteurs clés et développer la base de données d'e-influenceurs

- Réaliser une veille sur les pratiques des e-influenceurs et les nouvelles tendances.
- Détecter les influenceurs pertinents et faire émerger des ambassadeurs.
- Rechercher les influenceurs de longue traîne.
- Repérer les opportunités de partenariat.

### Construire et animer au quotidien la relation avec les e-influenceurs

- Solliciter les ambassadeurs pour sa stratégie d'inbound marketing.
- Savoir contacter les e-influenceurs pour maximiser ses retombées.
- Récupérer des contenus riches pour ses médias : fiches produits, blog, réseaux sociaux, lookbook.
- Définir un planning éditorial.
- Obtenir des retours d'expérience de prescripteurs.
- Assurer un reporting de ses actions et un suivi budgétaire.

## INITIATION

Code : 37103

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Identifier les bonnes pratiques et les campagnes efficaces en matière d'e-influence. Piloter et mettre en place la stratégie de communication auprès des e-influenceurs. Construire et animer au quotidien la relation avec les e-influenceurs.

### PRÉREQUIS

Avoir une connaissance fine des réseaux et des médias sociaux. Disposer d'un projet de relations e-influenceurs.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables communication, de marketing, directeurs conseils et planneurs stratégiques en agence de communication.

Code DOKÉLIO : 040417

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Travail en conditions réelles sur les projets des participants.

## SESSIONS

### Paris

6-7 juin 2019  
4-5 novembre 2019  
3-4 février 2020

### Lyon

6-7 juin 2019  
4-5 novembre 2019

En partenariat avec



# Définir sa communication B2B sur LinkedIn



Définir une stratégie de communication spécifique orientée social selling.

## PROGRAMME

### Le Social Selling en B2B : les fondamentaux

- LinkedIn, le seul réseau social 100 % professionnel.
- Découvrir les fonctionnalités LinkedIn pour une page marque et une page personnelle.
- Personal branding : quand les personnes incarnent le discours de la marque.

### Les clés pour des profils marques solides

- Les bonnes et les mauvaises pratiques.
- Les axes de différenciation.
- Études de cas concrets.

### Choisir une stratégie éditoriale différenciée

- Sélectionner les sujets à fort potentiel de visibilité et miser sur les influenceurs.
- Produire des contenus viraux.

### Réaliser sa veille et sa curation de contenus, les outils gagnants

- "Doser" sa visibilité.
- Interagir pour performer !

### Planifier ses prises de parole

### Mesurer l'impact de son influence

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37111

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Optimiser sa stratégie éditoriale. Doser sa visibilité. Mesurer l'impact de son influence.

### PRÉREQUIS

Utiliser LinkedIn.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, responsables marketing. Toute personne amenée à utiliser LinkedIn dans un cadre professionnel.

Code DOKÉLIO : 040428

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

3 juin 2019  
4 octobre 2019  
9 mars 2020

### Lyon

3 juin 2019  
Nantes  
3 juin 2019  
4 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réussir sa présence de marque sur Facebook



Performer sur Facebook.

## PROGRAMME

### Mettre en place une stratégie de contenus efficace

- Typologie des présences de marques.
- Le rôle de Facebook et de son algorithme dans l'écosystème média.
- Techniques de rédaction et de création de contenus efficaces.
- Prévisualiser ses contenus avec Creative Hub.
- Workflow, planification et organisation des contenus.

### Fédérer une communauté autour de sa page

- Accroître sa communauté et l'engagement.
- Organiser la gestion de la page au quotidien.

### Amplifier ses contenus grâce à la publicité

- Les principaux formats de publicité sur Facebook.
- Cibler très finement son audience.
- Les stratégies d'achat média.
- Utiliser la plateforme publicitaire en dehors de Facebook, tout au long du parcours client.

### Suivre et optimiser sa stratégie Facebook

- Les principaux KPIs à suivre.
- Challenger sa stratégie.

### Maîtriser l'écosystème Facebook

- Messenger et les bots conversationnels.
- Les différents rachats de Facebook.
- Perspectives de la plateforme.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37106

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Produire des contenus qui performant.  
Fédérer une communauté autour de sa page.  
Amplifier ses contenus grâce à la publicité.

### PRÉREQUIS

Utiliser Facebook.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à utiliser Facebook dans un cadre professionnel.

Code DOKÉLIO : 030008

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

Exercices, mise en situation.

## SESSIONS

### Paris

11-12 juin 2019  
14-15 octobre 2019  
5-6 février 2020

### Lyon

11-12 juin 2019

### Nantes

11-12 juin 2019  
14-15 octobre 2019

# Maîtriser les Facebook Ads

Optimiser sa publicité sur Facebook.

NEW

## PROGRAMME

### La publicité sur le web

- La publicité sur le web et ses enjeux.
- Les adblockers.
- Les différents formats publicitaires sur Internet.
- La publicité au travers de réseaux sociaux.
- RGPD et publicité sur Internet.

### Le vocabulaire Facebook

- Comprendre l'algorithme Facebook : l'Edgerank.
- La portée (reach) organique et la portée payante.
- Les interactions Facebook.
- Calculer le taux d'engagement.

### La publicité Facebook

- Payer pour être vu !
- Le gestionnaire de publicité Facebook.
- Définir son objectif et son budget publicitaire.
- Maîtriser les types d'enchères publicitaires : CPA, CPC et CPM.

### Créer une publicité Facebook

- Créer une audience.
- Maîtriser l'utilisation des centres d'intérêts.
- Les différents formats publicitaires.
- Promouvoir sa publicité Facebook sur Instagram.
- Définir et affiner son budget.
- Quelle accroche et quel visuel pour sa publicité ?

### Analyse et mesures

- Mesurer et analyser l'impact de ses publicités Facebook.
- Varier les angles de ses publicités Facebook.
- Optimiser ses actions publicitaires avec l'A/B Testing.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37116

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la publicité sur le web.  
Créer une publicité pour Facebook.  
Construire son budget.  
Analyser les retombées.

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance du web, des médias sociaux et de marketing.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à créer des publicités sur Facebook  
Code DOKÉLIO : 057734

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

13-14 février 2019  
18-19 novembre 2019  
12-13 février 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# S'appropriier les outils de création en ligne

NEW

Produire des contenus pertinents à moindres coûts.

## PROGRAMME

### Découvrir les outils gratuits de création digitale

- Découvrir et prendre en main des outils gratuits de création graphique sur mobile et desktop.
- Création ou retouche graphique de photos et de visuels.
- Conception d'infographies.
- Réalisation de graphiques statiques ou animés.
- Montage de diaporamas.
- Montage de vidéos simples en quelques minutes depuis son portable.
- Production de tutoriels vidéo.

### Exploiter les ressources libres de droits

- Sensibilisation à la question des droits d'auteur.
- Explication des différents niveaux de licences ouvertes.
- Exploration de banques d'images, de vidéos et de sons libres de droits.

### Ateliers créatifs

- Production de contenus de marque destinés, par exemple, aux réseaux sociaux.

## INITIATION

Code : 37117

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 760 €

### OBJECTIFS

Découvrir les outils gratuits de création digitale. S'en emparer pour une production de contenus pertinents à moindres coûts.

### PRÉREQUIS

Connaître les rudiments de la communication Internet et des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à communiquer sur les réseaux sociaux.

**Code DOKÉLIO : 058024**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

1<sup>er</sup> juillet 2019  
3 octobre 2019  
4 mars 2020

# Picture marketing : mettre en scène ses supports de communication

Concevoir et réaliser ses supports de communication écrits, visuels et vidéos.

## PROGRAMME

### Déterminer le support selon ses objectifs

- Identifier les différents supports : plaquette, newsletter, journal interne, intranet, vidéo.
- Déterminer le support selon ses objectifs.

### Intégrer l'image dans ses campagnes

- Insight de l'image.
- Rendre un contenu attractif et mémorisable.
- L'image engage !
- Des visuels viraux.
- L'image, vecteur d'émotion.
- La vidéo, la forme préférée de contenu visuel.

### Rédiger un brief pour des commandes : photos, vidéos

- Trouver des prestataires graphiques et évaluer le budget "créa".
- Trouver des images libres de droit.

### Intégrer des infographies statiques et dynamiques

- Créer un communiqué de presse sous forme d'infographie statique.
- Atelier Piktochart, Easel.ly, Infogr.am, Thinglink.

### Comprendre l'environnement de la PAO

- Appréhender les logiciels de PAO : Indesign, Photoshop, Illustrator.
- Découvrir la mise en pages PAO.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37107

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1 900 €

### OBJECTIFS

Intégrer de l'image à ses campagnes. Rendre son contenu attractif. Intégrer des infographies.

### PRÉREQUIS

Avoir une culture digitale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, de relations presse, community managers, social média managers.

**Code DOKÉLIO : 032057**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation. Ateliers de réalisation de reportage Snapchat, Canva, Piktochart, Easel.ly...

## SESSIONS

Paris

6 au 8 mars 2019  
24 au 26 juillet 2019  
25 au 27 novembre 2019  
4 au 6 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Storytelling publicitaire : de l'audace à la quête du vrai



Capter l'attention et marquer la mémoire d'un public hyper-connecté, avisé dans l'art du décryptage.

## PROGRAMME

### Le storytelling, ça s'apprend : parcours à distance

- Définir le concept storytelling et identifier ses multiples utilisations.
- Décrypter l'outil storytelling et les éléments qui le composent.
- Exploiter un storytelling à plusieurs facettes.

### Storytelling publicitaire : de l'audace à la quête du vrai, la classe virtuelle

- Les outils du storytelling : schéma opérationnel, feuille de route méthodologique.

### Storytelling publicitaire : de l'audace à la quête du vrai, le présentiel

- S'approprier les clés de la publicité narrative : la quête du vrai.
- Bâtir la narration publicitaire : les schémas opérationnels, la contagion émotionnelle.
- Structurer le jeu de rôles : le client, narrateur et héros.

- Jouer sur les "Stories-telling" : des histoires éphémères percutantes - Instagram, Snapchat.
- Passer du discours à la preuve : du Storytelling au Storydoing.
- Associer histoires d'engagement et publicité.
- Concevoir des plateformes interactives : les histoires que le consommateur ne subit plus.
- Jouer sur la viralité narrative : l'épopée en live au service du buzz.
- Cas pratique : appliquer la feuille de route méthodologique, du brief à narration publicitaire.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37118 BL

1.5 jour - 10 heures

Prix HT : 845 €

## OBJECTIFS

Capter l'attention et marquer sa cible.  
Maîtriser les outils du storytelling pour la mise en narration.  
Mettre en place une communication inspirante, associant sens et émotion.

## PRÉREQUIS

Avoir une bonne culture publicitaire et maîtriser les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Créatifs, publicitaires, directeurs et responsables de communication, directeur et responsables marketing...

Code DOKÉLIO : 058082

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentelle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Session 1

Classe virtuelle le 11 juin 2019  
Présentiel le 14 juin 2019

### Session 2

Classe virtuelle le 3 décembre 2019  
Présentiel le 6 décembre 2019

En partenariat avec



# Le storytelling pour incarner la marque employeur



Apprendre à raconter ses histoires vraies pour valoriser, recruter et fidéliser.

## PROGRAMME

### Le storytelling, ça s'apprend : parcours à distance

- Définir le concept storytelling et identifier ses multiples utilisations.
- Décrypter l'outil storytelling et les éléments qui le composent.
- Exploiter un storytelling à plusieurs facettes.

### Le storytelling pour incarner la marque employeur, la classe virtuelle

- Les outils du storytelling.

### Le storytelling pour incarner la marque employeur, le présentiel

- Raconter la marque employeur : le territoire à explorer.
- Identifier les limites du "Story-washing", le territoire interdit...
- Humaniser et incarner la marque employeur : une boussole pour repérer et raconter les vraies histoires, grandes ou petites.

- Raconter avec des mots, des images, des vidéos : outils et feuille de route.
- Créer ses stratégies et dispositifs de diffusion.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37119\_BL

1.5 jour - 10 heures

Prix HT : 845 €

## OBJECTIFS

Bâtir et renforcer sa marque employeur.  
Incarner sa marque et nourrir sa culture d'entreprise.  
Attirer de nouveaux talents, valoriser et fidéliser grâce aux "belles histoires" vraies.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs, responsables et chargés de communication interne et externe, directeurs, responsables et chargés RH, directeurs opérationnels...

Code DOKÉLIO : 058083

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cas pratique : mettre en narration les métiers, les projets, les clients... de son entreprise (discours, vidéo, photostory...).

## SESSIONS

### Session 1

Classe virtuelle le 29 janvier 2019  
Présentiel le 1<sup>er</sup> février 2019

### Session 2

Classe virtuelle le 24 septembre 2019  
Présentiel le 27 septembre 2019

En partenariat avec



## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Piloter sa stratégie de communication digitale



Concevoir et piloter une stratégie de communication performante sur le web et l'intégrer dans sa stratégie de communication globale.

## PROGRAMME

### Sélectionner et intégrer les leviers du web pertinents pour sa stratégie de communication

- Tendances actuelles et futures de la communication digitale.
- Trouver la juste place du web dans sa stratégie de communication.

### Définir ses objectifs de développement stratégique

- Bâtir sa stratégie en adéquation avec les attentes de ses clients.
- Identifier les différents cibles du web pour repartir de leurs besoins.
- Augmenter l'audience : pour quels objectifs ?

### Identifier les leviers numériques les plus pertinents

- Sélectionner les outils adaptés à l'objectif.
- Maîtriser les leviers incontournables.

- Exploiter les synergies entre ces différents leviers.
- Marier print et web dans une stratégie multicanale.

### Piloter ses actions de communication sur le web

- Élaborer un plan de communication digital.
- Établir la liste des moyens et évaluer leurs coûts.
- Fixer des objectifs réalistes grâce au benchmark des performances.
- Choisir les bons indicateurs.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38033

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 320 €

### OBJECTIFS

Définir des objectifs de développement stratégique.  
Élaborer un plan de communication digital.  
Intégrer une stratégie communautaire à sa stratégie de communication.  
Piloter les actions et en évaluer les résultats.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière du web. Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs, responsables, et chargés de communication.  
**Code DOKÉLIO : 029997**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Études de cas et exercices de mise en situation.

## SESSIONS

### Paris

- 7-8 février 2019
- 4-5 avril 2019
- 5-6 juin 2019
- 7-8 octobre 2019
- 5-6 décembre 2019
- 6-7 février 2020

### Lyon

- 4-5 avril 2019
- 7-8 octobre 2019

### Bordeaux

- 5-6 juin 2019
- 5-6 décembre 2019

### Nantes

- 4-5 avril 2019
- 5-6 décembre 2019

## Faites de vos salariés des ambassadeurs de votre marque

Favoriser l'adhésion des collaborateurs et définir leur rôle pour qu'ils deviennent ambassadeurs de la marque.

## PROGRAMME

### Décoder les mécanismes de la réputation des organisations

- Améliorer la marque personnelle des dirigeants pour mieux incarner les messages.
- Donner leur juste place aux collaborateurs, nouveau gisement de visibilité et de crédibilité.
- Adopter les nouveaux territoires d'expression.

### Motiver les collaborateurs

- Identifier les nouvelles attentes.
- Favoriser l'adhésion.
- Organiser la prise de parole.

### Adapter des stratégies de communication

- Atténuer la frontière entre communication interne et communication externe.
- Attribuer les rôles au sein de l'organisation : producteurs de contenus, community managers / social media managers, porte-parole, ambassadeurs et dirigeants.
- Remettre en question les circuits de validation.

### Déterminer les champs d'application

- La marque employeur et le recrutement.
- La communication institutionnelle.
- Les événementiels.
- La promotion des produits et des services.

### Mettre en place des bonnes pratiques

- Des stratégies éditoriales.
- Des outils pour démultiplier le rayonnement de la marque.

### Construire des indicateurs de performance

## INITIATION

Code : 38076

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 550 €

### OBJECTIFS

Décoder les mécanismes de la réputation.  
Motiver ses collaborateurs.  
Construire ses indicateurs de performance.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux en communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, marketing, directeurs opérationnels et managers.  
**Code DOKÉLIO : 031800**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

### Paris

- 18-19 mars 2019
- 23-24 septembre 2019
- 9-10 décembre 2019
- 19-20 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Concevoir et piloter une stratégie digitale de brand content

Élaborer une stratégie innovante de contenu de marque.

## PROGRAMME

### Mesurer l'intérêt du brand content pour sa communication

- Définir le brand content ou contenu de marque.
- Évaluer la valeur ajoutée du brand content dans sa stratégie de communication.
- Intégrer le brand content dans sa stratégie digitale.
- Analyser les success stories de marques devenues médias.

### S'approprier une méthodologie

- Définir son ADN de marque et développer un contenu au service de son identité.
- Définir les objectifs et messages clés, choisir les canaux, entretenir les relations...
- Positionner sa communication et définir ses territoires d'attractivité de marque.
- Faire de son contenu de marque un levier de communication stratégique.

## Créer des contenus innovants

- Identifier les trois grands types de contenus de marque.
- Définir sa ligne éditoriale en fonction de ses formats et de ses outils.
- Mettre en place un comité, un calendrier et une charte éditoriale.
- Mesurer la pertinence des contenus : KPI, ROI, ROC.
- Ateliers de création et de production de contenus sur sa marque : définir et transmettre des histoires exclusives.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38051

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Mesurer la valeur ajoutée du brand content pour votre communication. Développer et mettre en place une stratégie de brand content créative.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge de la communication autour de sa marque, de son entreprise.

Code DOKÉLIO : 031508

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices de construction du contenu de marque pour le web social, rédaction d'un cahier des charges.

## SESSIONS

Paris

17-18 janvier 2019

15-16 avril 2019

4-5 juillet 2019

21-22 octobre 2019

16-17 janvier 2020

# Concevoir et maîtriser le contenu de marque et le native advertising

NEW

Maîtriser les outils et techniques pour réussir sa création de contenu de marque et native.

## PROGRAMME

### Découvrir le marketing éditorial

- Maîtriser les objectifs du marketing éditorial.
- Comprendre les différentes stratégies d'exposition.
- Cerner sa valeur ajoutée pour penser les bénéfices immédiats pour la cible.
- Découvrir les principales possibilités éditoriales.

### Saisir les opportunités de contenu

- Déterminer ses objectifs.
- Veiller et évaluer les tendances.
- Rechercher et évaluer les opportunités SEO.
- Google Alert, Tweetdeck, newsletters : paramétrer ses outils de veille.

## Concevoir, écrire et distribuer ses contenus

- Définir une stratégie éditoriale multisupport.
- Maîtriser les fondamentaux du contenu éditorial.
- Appliquer les codes éditoriaux à ses formats.
- Découvrir des outils d'assistance à la production de contenus.
- Découvrir d'autres contenus multimédias : la vidéo et les stories.

### Exercices pratiques et mises en situation

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46199

2 jours - 28 heures

Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les outils et techniques pour réussir sa création de contenu de marque et native. Identifier des stratégies de contenus de marque. Maîtriser les outils pour la réussite de son brand content.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de l'écriture éditoriale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 058189

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples, exercices concrets, mises en situation.

## SESSIONS

Paris

4-5 mars 2019

30 septembre et 1<sup>er</sup> octobre 2019

5-6 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Mettre en scène sa marque sur les réseaux sociaux

Mettre en scène sa marque afin d'acquérir du trafic et de la visibilité.

## PROGRAMME

### Visibilité et acquisition de trafic au cœur des préoccupations

- Comprendre les enjeux de la visibilité sur Internet.
- Déterminer les leviers pour acquérir de la visibilité et du trafic.

### La mise en scène de sa marque sur les réseaux sociaux

- Définir la mise en scène d'une marque sur les réseaux sociaux.
- La mise en scène de sa marque comme levier d'acquisition de visibilité.
- Mettre en scène sa marque et tirer profit des différents leviers.
- Choisir les réseaux sociaux pour mettre en scène sa marque.
- Développer sa communication autour d'une mise en scène.

### Élargir sa cible en la contournant

- Définir sa cible primaire et définir des objectifs.
- Analyser son positionnement sur Internet.
- Savoir élargir sa cible en la contournant.
- Élargir sa cible par la mise en scène de sa marque.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38083

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Savoir contourner sa cible primaire et élargir son audience. Mesurer sa visibilité. Déterminer sa cible primaire. Élargir sa cible.

### PRÉREQUIS

Bonnes connaissances des réseaux sociaux et des stratégies communautaires social media.

### PUBLIC CONCERNÉ

Community managers, social media managers ou toutes personnes souhaitant acquérir une montée en compétences social media.

**Code DOKÉLIO : 040421**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. De nombreux exercices pratiques et études de cas.

## SESSIONS

Paris

8-9 avril 2019  
28-29 novembre 2019

En partenariat avec



# Valoriser sa marque employeur

Attirer et fidéliser les talents.

## PROGRAMME

### Comprendre le concept de la marque employeur

- Comprendre les enjeux : recruter, fidéliser, motiver.
- Appréhender les facteurs qui influent les réputations.

### Établir le bilan de l'image de marque employeur de l'entreprise

- Analyser les éléments caractéristiques propres à l'entreprise et à son environnement.
- Recueillir l'avis du marché de l'emploi, des partenaires et des collaborateurs.
- Évaluer sa présence et sa réputation sur les réseaux sociaux.
- Analyser des exemples de stratégie de marque employeur.

### Développer l'image de la marque RH

- Définir l'image de marque.
- Formaliser l'offre sous forme de "promesses" et d'engagements factuels.
- Optimiser la visibilité de l'entreprise.
- Soigner sa e-réputation.

### Communiquer sur sa marque employeur

- Définir le public à investir en interne et en externe.
- Concevoir des actions et des moyens RH pour fidéliser en interne.
- Utiliser le digital pour attirer les talents externes.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 38021

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Définir et développer une image attractive d'employeur. Analyser les spécificités de son entreprise et de son environnement. Définir l'offre employeur en termes de managements, valeurs, rémunérations, formation.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication interne et externe.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, DRH.

**Code DOKÉLIO : 031798**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

Paris

14-15 mars 2019  
20-21 juin 2019  
9-10 septembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Découvrir le design thinking

Résoudre une problématique en équipe.

## PROGRAMME

### Découvrir le design thinking

- Apprendre en expérimentant : résoudre une problématique réelle en équipe.
- Découvrir et mettre en pratique des méthodes et outils issus de disciplines diverses.

### Comprendre - Observer - Recadrer la problématique

- Comprendre et s'approprier la problématique et identifier des objectifs clients.
- Interviewer des utilisateurs.
- Définir et hiérarchiser les objectifs à atteindre.

### Générer des solutions - Prototyper - Tester

- Idéation : générer des idées.
- Prototypage : réalisation du projet testable.
- Test auprès d'utilisateurs potentiels ou restitution aux participants.

## Mettre en perspective

- Échanger sur les acquis et retours d'expérience.
- Faire le lien avec sa situation professionnelle.
- Identifier les prochains pas franchissables.

## INITIATION

Code : 38103

- 1/2 journée - 4 heures
- Prix HT : 425 €

## OBJECTIFS

Mettre en place une nouvelle méthode de travail.  
Mettre en oeuvre une culture de collaboration.  
Libérer la créativité.

## PRÉREQUIS

Aucun.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code DOKÉLIO : 040633

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.  
Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

6 mars 2019 matin  
11 septembre 2019 matin

En partenariat avec

**Atypie**  
Concevoir l'inédit

# Design thinking : concevoir l'inédit

S'approprier les outils du design thinking.

## PROGRAMME

### Découvrir le design thinking

- Apprendre en expérimentant.
- Acquérir des méthodes et outils pour les utiliser dans le développement de projets.
- Expérimenter une nouvelle culture de travail basée sur l'empathie, l'émulation et la recherche utilisateurs.

### Comprendre - Observer - Recadrer la problématique

- Analyser le contexte et ses atouts et contraintes.
- Collecter des informations et décrypter les usages porteurs de valeur.
- Dégager des pistes pertinentes de développement.

### Générer des solutions - Prototyper

- Mettre en pratique le brainstorming et évaluer les idées.
- Déterminer le plus petit pas franchissable.
- Transformer les idées en interactions grâce au prototype.

## Tester - Itérer

- Collecter des informations et juger de la nécessité d'adapter le projet avant son lancement.
- Développer le projet de manière agile.

## Mettre en perspective

- Échanger sur les acquis et retours d'expérience.
- Faire le lien avec sa situation professionnelle.
- Définir un plan d'action pour incorporer le design thinking dans sa stratégie.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 38086

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 900 €

## OBJECTIFS

Mettre en place une nouvelle méthode de travail.  
Mieux comprendre ses clients et les cibles de ses actions.  
Mettre en oeuvre une culture de collaboration.  
Faciliter la prise de risque.

## PRÉREQUIS

Aucun.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant acquérir les fondamentaux du design thinking pour renforcer l'efficacité de son équipe et booster sa créativité.

Code DOKÉLIO : 040422

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.  
Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

10 au 12 avril 2019  
8 au 10 octobre 2019

En partenariat avec

**Atypie**  
Concevoir l'inédit

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Surveiller sa e-réputation



Maîtriser son image de marque et les outils de veille en ligne pour mieux promouvoir son organisation.

## PROGRAMME

### Définir les principes de base de la veille

- Définir les objectifs de sa veille.
- Trouver les mots-clés pertinents.
- Déterminer les territoires explorer.

### Organiser sa veille

- Configurer les alertes sur les moteurs de recherche.
- Utiliser les agrégateurs de flux.
- Connaître les outils de veille adaptés à son projet.
- Utiliser les fonctionnalités de recherche des réseaux sociaux.

### Analyser et présenter les résultats de sa veille

- Établir la cartographie des communautés et des influenceurs.
- Mesurer l'influence.
- Identifier ses alliés et ses détracteurs.
- Surveiller les personnes à risque.

## INITIATION

Code : 37025

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de l'e-réputation.  
Définir sa e-réputation, la mesurer et la gérer.  
Identifier les lieux numériques influents.  
Analyser et présenter les résultats de sa veille.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux des médias sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication et/ou marketing.

Code DOKÉLIO : 030117

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

- 12 juin 2019
- 18 octobre 2019
- 5 février 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 01/02/2019  
Le 25/10/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# Les clés du marketing

Découvrir les concepts fondamentaux du marketing.



## PROGRAMME

### Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation
- Quelles sont les étapes d'un plan marketing ?
- Qu'est-ce qu'un marketing mix ?
- À quoi sert le marketing ?  
Interview de Bruno Dachary

### Adopter l'état d'esprit marketing

- Satisfaire la demande et anticiper les opportunités du marché.
- Connaître le langage du marketing.
- Identifier les nouveaux outils du marketing digital.

### Intégrer la démarche marketing

- SWOT : analyse de l'environnement (menaces et opportunités) et diagnostic interne (forces et faiblesses).
- Segmentation, ciblage et positionnement.
- Plan d'entreprise et plan marketing.

### Comprendre l'organisation

### marketing

- Analyser les structures et les fonctions marketing.
- Travailler avec le marketing.
- Optimiser les relations entre le marketing et les autres fonctions de l'entreprise.

### Comprendre les grandes tendances et les bases du marketing digital

- Le marketing mobile, le e-commerce, le multicanal, l'expérience utilisateur, les objets connectés, les innovations...
- Le social marketing : réseaux sociaux, e-réputation, animation, influence, viralité
- Le référencement.

### Élaborer un plan marketing

- Les 4P, la construction du marketing mix : un modèle « Product Centric » qui évolue.
- Le nouveau mix marketing lié à la transformation digitale : 4C, 4E, 4D.
- L'élaboration du business plan.
- Option : classe virtuelle retour sur expérience 3 mois après la formation : 139 €

## INITIATION

Code : 38108

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 370 €

### OBJECTIFS

Évaluer les enjeux et la place du marketing dans la stratégie globale de l'entreprise.  
Comprendre les grandes tendances du digital et son importance dans le plan marketing.  
Intégrer la démarche, le fonctionnement, le langage et les outils du marketing.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tous les collaborateurs de l'entreprise, appartenant ou non à des structures marketing.

Code DOKÉLIO :  
AF\_0000024646

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Interactivité et échanges.  
Nombreux exemples illustrant les apports théoriques, favorisant l'appropriation des concepts abordés.

## SESSIONS

Paris

- 17-18 janvier 2019
- 18-19 février 2019
- 25-26 mars 2019
- 25-26 avril 2019
- 20-21 mai 2019
- 19-20 juin 2019
- 15-16 juillet 2019
- 26-27 août 2019
- 23-24 septembre 2019
- 21-22 octobre 2019
- 21-22 novembre 2019
- 19-20 décembre 2019
- 16-17 janvier 2020
- 17-18 février 2020
- 16-17 mars 2020

Lille/Bordeaux/Nantes/Lyon  
Dates sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

En partenariat avec



# Améliorer sa communication de marque avec l'inbound marketing

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'inbound marketing sur mesure et opérationnelle.

## PROGRAMME

### Connaître les fondamentaux de l'inbound marketing

- Comprendre ce qu'est l'inbound.
- Du marketing de l'interruption au marketing de l'attention.
- L'inbound marketing : scope et origine.
- Les 4 étapes de l'inbound.
- Content marketing, marketing d'influence vs inbound marketing.
- Les outils d'une stratégie inbound et point sur le Content Automation.
- Inbound vs POEM.

### Créer sa stratégie inbound marketing

- Définir les objectifs de sa stratégie inbound.
- Définir ses personas.
- Concevoir une histoire qui a du sens.
- Comprendre son écosystème et définir ses leviers de distribution : site, blog, réseaux sociaux, événement, emailing...
- Application : étude de cas.

### Convertir sur tous les espaces de son écosystème

- Générer du lead avec sa notoriété.
- Optimiser son site pour convertir.
- Mettre en place une stratégie de fidélisation.
- Choisir ses médias sociaux.
- Cibler ses personas avec une campagne SEA.
- Application : étude de cas.

### Analyser et mesurer sa performance

- Définir ses indicateurs, ses KPI's.
- Créer ses outils, tableau de bord.
- Mesurer sa performance.

## INITIATION

Code : 38085

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Comprendre les principes, enjeux, objectifs et limites de l'inbound marketing.

Concevoir une stratégie et définir les bons leviers pour attirer et convertir son audience.

Déployer sa stratégie sur l'ensemble des piliers de son écosystème.

### PRÉREQUIS

Avoir des notions de brand content, de stratégies social media et de CRM.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables marketing, responsables brand content, responsables marque, responsables digital.

Toute personne en charge de la communication marque.

Code DOKÉLIO : 040423

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Déroulé d'un cas pratique.

## SESSIONS

Paris

4-5 mars 2019

1<sup>er</sup>-2 octobre 2019

4-5 mars 2020

# Séduire son audience avec le content marketing

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de content marketing sur mesure et opérationnelle qui engage ses audiences.

## PROGRAMME

### Comprendre ce qu'est le content marketing

- Définition, histoire et périmètre.
- Que peut-on attendre d'une stratégie de content marketing ?
- ROA et ROI.
- Différentes typologies de formats.
- Des espaces propriétaires, mais pas seulement, à éditorialiser.
- Le point sur le Content Automation.

### Concevoir une stratégie de content marketing

- Définir ses objectifs de marque, identifier son ADN et les fils narratifs possibles.
- Cartographier et animer son écosystème éditorial.
- Identifier ses cibles et leurs spécificités.
- UGC et stratégie d'influence.
- Écrire et décliner son storytelling.

### Mettre en œuvre sa stratégie de content marketing

- Produire le contenu.
- Identifier ses sources de contenu internes et externes.
- Concevoir un planning.
- Organiser un comité éditorial.
- Piloter, optimiser et distribuer ses contenus dans l'écosystème éditorial.
- Déployer une stratégie POEM, Paid/Owned/Earned Media.

### Mesurer les résultats

- Choisir ses outils, définir ses indicateurs.
- Mesurer le ROI : image de marque, engagement, notoriété, conversions.

## INITIATION

Code : 38084

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Comprendre et définir une stratégie de content marketing.

Comprendre les principes, enjeux et objectif du content marketing. Concevoir une stratégie éditoriale en phase avec l'ADN de marque.

Déployer sa stratégie sur l'ensemble des piliers de son écosystème.

### PRÉREQUIS

Avoir des notions de rédaction web et de stratégie de social media

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge de la communication marque.

Code DOKÉLIO : 040426

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Déroulé d'un cas pratique qui sert de fil conducteur tout au long de la formation.

## SESSIONS

Paris

20-21 mars 2019

14-15 octobre 2019

19-20 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafcjp@cfpj.com](mailto:intrafcjp@cfpj.com)

# Les fondamentaux du chargé de com'

NEW

Actualiser ses connaissances métier.

## PROGRAMME

### Comprendre les enjeux du numérique

- Identifier les grandes tendances et les évolutions, du web aux réseaux sociaux.
- Évaluer les freins et les résistances aux changements.

### Faire le bilan de la communication

- Établir la cartographie des publics.
- Mesurer l'efficacité de l'articulation des dispositifs off-line et on-line.
- Évaluer sa stratégie de contenus et sa stratégie de diffusion.

### Intégrer les particularités du numérique en communication

- Actualisation permanente et immédiateté de l'information.
- Traitement plurimedia de l'information.
- Identifier les notions clés du référencement.

## Maîtriser l'habillage éditorial

- Comprendre les différents formats multimédias et intégrer leur impact dans le traitement du contenu.
- Diversifier les formats de contenus.
- Les outils complémentaires à connaître.

### Redéfinir la stratégie de communication institutionnelle en tenant compte de l'écosystème digital

- Définir les objectifs et acteurs de sa campagne digitale.
- Définir une stratégie de communication.
- Optimiser et évaluer son plan de communication digital.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38124

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 900 €

### OBJECTIFS

Identifier les enjeux de la transition numérique et leurs impacts sur les stratégies de communication. Développer progressivement une nouvelle culture et des savoir-faire digitaux nécessaires à la fonction communication. Être en capacité de transformer ses actions de communication de manière cohérente, au regard des impacts du numérique.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout chargé de communication voulant actualiser ses connaissances métier.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

8 au 10 avril 2019  
11 au 13 décembre 2019

# Le marketing de l'innovation

Proposer des solutions innovantes à ses clients.



## PROGRAMME

### Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

### Intégrer les enjeux du marketing de l'innovation

- Identifier les types d'innovation : de l'innovation comportementale à l'innovation de rupture.
- Établir le diagnostic de l'innovation.
- Bâtir un climat favorisant l'innovation.

### Exploiter les nouvelles tendances pour innover

- L'open innovation ou l'innovation collaborative.
- La co-innovation clients ou utilisateurs.
- Le crowdsourcing.
- L'innovation frugale.
- Le réseau d'innovateurs.

### Saisir et capturer les possibles

- S'approprier les 4 types de veille possibles.
- Définir, élargir ou disrupter son marché de référence.

- Maîtriser les techniques d'exploration, d'écoute et de captation de signaux bas.
- Utiliser les insights clients pour transformer un signal en opportunités.
- Exploiter la carte d'empathie utilisateurs pour identifier leurs besoins.

### Disrupter son business model ou sa proposition de valeur

- Utiliser le business model canvas d'OTERWALDER.
- Redéfinir sa proposition de valeur.
- Appliquer l'approche BOS – Blue Ocean Strategy.
- S'inspirer des nouvelles approches d'innovation centrées expérience client et utilisateur.
- Le cas Uber : ubériser ou se faire ubériser ?

### Exploiter le Design Thinking et le Service Design au service de l'innovation

Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé

## INITIATION

Code : 38109

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 420 €

### OBJECTIFS

Intégrer les nouvelles tendances du marketing de l'innovation. Saisir les opportunités du marché pour innover. Disrupter son business model avec le design thinking.

### PRÉREQUIS

Avoir un bon niveau de pratique pour innover.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne impliquée dans un processus d'innovation.

Code DOKÉLIO :  
AF\_0000025985

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Illustrations par des exemples concrets. Échanges et partage des bonnes pratiques. Mise en place d'un plan d'action personnel.

## SESSIONS

Paris

31 janvier au 1<sup>er</sup> février 2019  
23-24 avril 2019  
11-12 juin 2019  
28-29 octobre 2019  
2-3 décembre 2019  
27-28 janvier 2020

Lille

31 janvier au 1<sup>er</sup> février 2019  
11-12 juin 2019  
28-29 octobre 2019  
2-3 décembre 2019

Bordeaux

31 janvier au 1<sup>er</sup> février 2019  
11-12 juin 2019  
28-29 octobre 2019  
2-3 décembre 2019

Nantes/Lyon

Dates sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

En partenariat avec



# Lancer son chatbot



Découvrir des outils et définir sa stratégie pour lancer son robot conversationnel.

## PROGRAMME

### Panorama et usages des chatbots

- Identifier les plateformes chatbot : Motion.ai, Chatfuel ; Flowxo, Botsify, Sequel ; Recast.ai, etc.
- Modéliser l'arborescence de décision de l'agent conversationnel intelligent.
- Paramétrer un chatbot simplement.

### Comprendre le principe des robots conversationnels

- Comprendre les outils d'intelligence artificielle textuels et le principe du machine learning.
- Déployer des outils sémantiques : l'exemple des robots-rédacteurs.
- Recourir aux chatbots audio : Siri, Siv et les futurs usages de l'audio.
- La stratégie des marques pour créer des conversations.
- Paramétrer son robot conversationnel pour respecter des règles déontologiques.

### Le format conversationnel, une stratégie complémentaire entre média et communauté

- Définir la stratégie de contenu informatif mode conversationnel.
- Scénariser un chatbot d'information pour sa marque ou sa communauté en ligne.
- Développer un chatbot multiplateforme sans coder.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46177

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Découvrir des outils et définir sa stratégie pour lancer son robot conversationnel.  
Se familiariser avec les robots conversationnels.  
Définir l'intérêt de lancer un chatbot auprès de sa communauté.  
Créer un scénario conversationnel.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique aguerrie des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 029607

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exemples, applications pratiques.

## SESSIONS

Paris

- 25 février 2019
- 6 juin 2019
- 10 octobre 2019
- 3 février 2020

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 18/03/2019  
Le 05/12/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 €

# Mesurer et analyser son audience

Mesurer son audience.

## PROGRAMME

### Analyser son audience

- Connaître les outils de webanalytics : adwords, omniture, google analytics.
- Déterminer les indicateurs clés de l'analyse d'audience.
- Exploiter ses données.
- Déterminer les indicateurs à surveiller : taux de rebond, taux de transformation, tunnels de conversion.
- Mise en situation : analyse de l'audience de son site.

### Manager son site

- Comparer ses performances d'audience avec les concurrents.
- Mesurer la popularité de son site.
- Connaître les outils de mesure de l'e-réputation.
- Mise en application : étudier les performances de ses concurrents.

## INITIATION

Code : 37104

- 🕒 1/2 journée | 4 heures
- 💰 Prix HT : 460 €

### OBJECTIFS

Créer ses tableaux de bord.  
Utiliser les outils de webanalytics.  
Mesurer son audience.

### PRÉREQUIS

Connaître les médias sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 040634

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

- 15 mars 2019
- 6 décembre 2019
- 13 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Optimiser son référencement avec Google Adwords

Construire et piloter efficacement une campagne AdWords.

## PROGRAMME

### Découvrir le positionnement d'AdWords dans la publicité digitale

- Assimiler les différents leviers de la régie Adwords.
- Intégrer Adwords dans un plan média.

### Comprendre les mécanismes de fonctionnement d'une campagne AdWords

- Positionner une annonce.
- Identifier et mettre en place la chaîne de conversion.
- Intégrer une bonne landing page.

### Construire une campagne adaptée

- Mettre en place une campagne.
- Comprendre les liens et différences entre Campagnes/ Groupe d'annonces.
- Définir des ciblage au niveau de la campagne.
- Paramétrer la campagne des groupes d'annonces.

### Analyser et gérer une campagne efficacement

- Interpréter les KPIs liés aux performances des campagnes.
- Gérer le remarketing AdWords.
- Gérer les cibles dans le menu Bibliothèques / Audiencés.
- Créer des campagnes vidéo, Shopping ou produits.
- Créer des DSA ou campagnes d'annonces dynamiques.

### Optimiser une campagne déjà en place

- Augmenter ou réduire le CPC.
- Ajouter des mots-clés, des annonces.
- Faire de l'AB testing.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37075

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Comprendre les mécanismes de fonctionnement d'une campagne Adwords.  
Construire une campagne adaptée.  
Analyser et gérer une campagne efficacement.

### PRÉREQUIS

Une bonne culture du digital est nécessaire pour suivre cette formation.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsable communication, responsable marketing, traffic managers.

Code DOKÉLIO : 29973

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance de théorie, d'exemples et démonstrations sur les sites des apprenants.

Il est préférable que les participants fournissent des sites exemples qui serviront à des tests d'optimisation.

## SESSIONS

Paris

7-8 février 2019  
11-12 juin 2019  
7-8 octobre 2019

En partenariat avec



# Analyser sa performance digitale

Maîtriser les metrics des réseaux sociaux et la performance de son site.

## PROGRAMME

### Mesurer et analyser le trafic et la performance de son site

- Connaître les outils de webanalytics.
- Analyser et piloter des indicateurs d'audience et de trafic.
- Comparer ses performances d'audience avec les concurrents.

### Mesurer la performance sociale de son projet digital

- Mesurer l'activité publicitaire sur les plateformes participatives.
- Définir ses indicateurs pour analyser la performance d'une stratégie social media.
- Fixer ses objectifs stratégiques et les KPIs qui s'y rattachent.
- Présenter et faire parler les résultats dans un rapport ou un bilan.
- Croiser plusieurs indicateurs pour légitimer une stratégie social media ou la réorienter si besoin.
- Mesurer ses actions pour soi, pour évangéliser en interne et rassurer en externe.

### Maîtriser les indicateurs des plateformes participatives

- Lire, comprendre et analyser les indicateurs de Facebook / Twitter / LinkedIn.
- Lire, comprendre et analyser les indicateurs de Pinterest, Instagram, Snapchat.
- Connaître les outils complémentaires : Overgraph, Mention, Radarly.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37105

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Mesurer les résultats des projets digitaux.  
Comprendre les indicateurs de mesures des projets digitaux.  
Présenter un rapport d'activité et de performance.

### PRÉREQUIS

Utiliser les réseaux sociaux régulièrement à titre personnel ou professionnel.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne devant analyser sa performance digitale

Code DOKÉLIO : 040420

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Mise en application sur les plateformes communautaires.

## SESSIONS

Paris

18 mars 2019  
25 septembre 2019  
18 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Maîtriser les metrics des réseaux sociaux

Définir ses KPIs et mettre en place des reporting pour mesurer ses actions sur les réseaux sociaux.

## PROGRAMME

### Plonger dans les outils de mesure des réseaux sociaux généralistes

- Lire, comprendre et analyser les analytics Facebook.
- Lire, comprendre et analyser les analytics Twitter.
- Mesurer son ROI sur ces plateformes.
- S'appuyer sur les metrics pour hiérarchiser l'information.
- Utiliser les metrics comme un outil d'aide à la rédaction sur les réseaux sociaux.
- Mise en situation sur les plateformes communautaires gérées par les stagiaires. Étude des KPIs et analyse.

### Plonger dans les outils de mesure des autres plateformes

- Lire, comprendre et analyser les analytics Instagram.
- Mesurer ses actions sur les réseaux sociaux professionnels.
- Mesurer son ROI sur ces plateformes.
- Atelier pratique : sur les plateformes communautaires gérées par les stagiaires. Étude des KPIs et analyse.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46152

- 🕒 1/2 journée - 4 heures
- 💰 Prix HT : 460 €

### OBJECTIFS

Choisir ses KPIs.  
Créer un reporting personnalisé.  
Analyser ses résultats et adapter ses actions.

### PRÉREQUIS

Être community manager ou avoir une pratique intense des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Community managers, social media managers, tout utilisateur aguerri des réseaux sociaux.

Code DOKÉLIO : 029299

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

## SESSIONS

Paris

14 juin 2019  
15 novembre 2019

En partenariat avec



# Start-up, TPE, PME : construire sa marque

Définir et piloter une stratégie de marque pertinente.

## PROGRAMME

### Reconnaître les opportunités et les difficultés spécifiques aux start-up, TPE, PME

- Jongler avec des moyens réduits et la pression du temps.
- Avancer malgré le manque de compétences spécifiques.
- Rendre sa technologie intelligible par le plus grand nombre.

### Identifier les étapes d'une stratégie de communication

- Choisir les bonnes cibles.
- Définir des objectifs pertinents.
- Identifier les relais et les partenaires potentiels.

### Construire sa marque avec sécurité et efficacité

- Définir le territoire de marque.
- Soigner la différenciation.
- Privilégier la culture aux valeurs.

### Poser les bases de la stratégie éditoriale

- Choisir ses messages clés.
- Privilégier les angles les plus efficaces.
- Produire les contenus : du pitch au brand content.

### Mobiliser les leviers pertinents en privilégiant le digital et l'effet de levier

- Mesurer l'efficacité de chaque levier.
- Délivrer des "quick wins".
- Dégager les axes de progrès à plus long terme.

## INITIATION

Code : 38075

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 800 €

### OBJECTIFS

Construire une stratégie de communication.  
Produire une stratégie éditoriale.  
Construire sa marque.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à communiquer sur sa marque.

Code DOKÉLIO : 030006

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

Paris

24 juin 2019  
4 décembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Conception éditoriale d'un site web

Acquérir des techniques et méthodes pour concevoir un site web performant et mesurer son impact.

## PROGRAMME

### CONCEPTION ÉDITORIALE D'UN SITE WEB

#### Définir sa stratégie éditoriale

- Auditer l'existant.
- Définir les objectifs et analyser ses cibles.
- Élaborer son équipe projet.

#### Se familiariser avec l'environnement technologique

- Différencier les systèmes de gestion de contenu pour choisir le CMS adapté.
- Choisir le serveur web, les outils de publication et de gestion de contenu.
- Identifier les technologies web : wiki, blogs, collaboratif...

#### Concevoir l'architecture d'un site

- Optimiser le référencement naturel.
- Définir ses contenus et services.
- Déterminer un rubricage pertinent et structurer l'information.
- Concevoir les modes de navigation.
- Élaborer la page d'accueil et les pages types.

### S'initier aux principes d'ergonomie web

- Optimiser la présentation du contenu et la navigation.
- Les règles d'accès pour les handicapés.
- Déclinaison des règles de qualité pour tout public.

### Écrire pour le web et scénariser plurimédia

- Écriture efficace sur le web.
- Décliner les genres journalistiques sur le web.
- Rewriting de contenus papier.
- Mettre en scène l'information sous forme plurimédia.

### MESURER L'IMPACT DE SON SITE

#### Utiliser et interpréter les statistiques de fréquentation

- Piloter avec Google Analytics.
- Éviter les pièges dans l'interprétation des données.

#### Tester son site auprès des utilisateurs

- Organiser un test utilisateur.
- Exploiter les données collectées.
- Mener un sondage en ligne.

#### Susciter le feedback

- Mettre en place un système de commentaires.
- Mener l'analyse lexicologique des e-mails.

## INITIATION

Code : 37003

🕒 5 jours | 35 heures

💰 Prix HT : 2 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre le comportement des internautes.  
Optimiser le référencement dès la conception et appliquer les principes d'écriture, de mise en pages et d'ergonomie.  
Mesurer l'impact de son site sur la base d'indicateurs objectifs.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à participer à la conception ou à la refonte d'un site Internet.

**Code DOKÉLIO : 024640**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Formation très opérationnelle, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

21 au 25 janvier 2019

3 au 7 juin 2019

14 au 18 octobre 2019

20 au 24 janvier 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Parcours

### Conception éditoriale d'un site web

#### S'initier à l'UX Design

3 jours  
page 184

#### Écrire pour le web

3 jours  
page 149

#### Conception éditoriale d'un site web

5 jours  
page 183

# S'initier à l'UX Design

Appliquer les méthodologies UX (Expérience Utilisateur) pour le web et les applications.

## PROGRAMME

### Recherche utilisateur

- Introduction à l'UX.
- Quelques notions liées aux facteurs humains.
- Les méthodologies UX.
- Exemples de projets centrés sur l'UX.

### La phase exploratoire : mise en application

- Entretiens avec les utilisateurs.
- Analyse.
- Persona.
- Expérience Map.

### Idéation et conception

- Prendre en compte l'UX dans la conception.
- Concevoir une expérience.
- S'initier au Design studio, ou Gamestorming.

## Processus de conception et outils

- Les outils pour réaliser des wireframes.
- Les Workflows de production.

## Validation auprès des utilisateurs

- Les méthodes d'évaluation.
- Critères ergonomiques.
- Mise en application : réaliser des tests avec les utilisateurs.
- Questionnaire et audit.
- UX et gestion de projet.
- Agile, lean et UX.
- Temps / Budget.

## INITIATION

Code : 37012

🕒 3 jours | 21 heures

💰 Prix HT : 1 850 €

## OBJECTIFS

Comprendre l'UX Design. Optimiser la qualité de son site, de son application ou de son service. Bien prendre en compte les utilisateurs finaux dans une démarche de design thinking.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de HTML 5 et CSS3.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à concevoir ou refondre un service Internet.

Code DOKÉLIO : 031397

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Appliquer les méthodologies UX pour le web et les applications, lors des trois phases de découverte des utilisateurs, de conception et d'évaluation.

## SESSIONS

### Paris

6 au 8 mars 2019  
27 au 29 mai 2019  
6 au 8 novembre 2019  
4 au 6 mars 2020

# Gérer un projet éditorial web

Endosser le rôle de chef de projet : de la réalisation du cahier des charges au suivi du contenu éditorial.



## PROGRAMME

### Préparer et lancer au mieux son projet

- Réaliser un benchmark des sites concurrents.
- Auditer le site existant.
- Définir les objectifs, priorités, cibles et moyens nécessaires.
- Différencier les phases de conception d'un projet et en mesurer les enjeux.
- Élaborer son équipe projet.
- Comprendre les spécificités des métiers impliqués dans le projet et en optimiser le travail d'équipe : ergonomes, développeurs, graphistes, journalistes et community managers.

### Réaliser un cahier des charges performant

- Choisir un prestataire, lancer un appel d'offres et en suivre le développement.
- Présenter précisément ses objectifs, sa cible et ses moyens.
- Suivre et valider à chaque étape de développement et de validation.

## Optimiser son contenu éditorial

- Définir la ligne éditoriale et les chartes graphique et éditoriale.
- Intégrer les spécificités de la lecture à l'écran pour adapter son écriture.
- Penser son contenu plurimédia.
- Structurer, hiérarchiser, architecturer l'information.
- Établir une stratégie de référencement naturel.

## Intégrer de l'interactivité à son site web

- Modérer et valoriser la participation de ses communautés.
- Créer des relais sous d'autres formats : blogs, wikis, réseaux sociaux.

## INITIATION

Code : 37006

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 €

## OBJECTIFS

Appliquer les phases de conception et de préparation d'un projet ou d'une refonte de site web. Définir une charte éditoriale, graphique et ergonomique. Choisir ses collaborateurs. Gérer et animer les contenus.

## PRÉREQUIS

Connaissance des techniques rédactionnelles.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables éditoriaux, rédacteurs. Toute personne amenée à gérer ou à suivre la conception ou la refonte d'un site éditorial.

Dokelio : 031357

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

De nombreux exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

11 - 12 mars 2019  
28 - 29 novembre 2019  
9-10 mars 2020

### Nantes

11 - 12 mars 2019  
28 - 29 novembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Réussir ses vidéos avec le Storytelling



Concevoir et réaliser des vidéos narratives.

## PROGRAMME

### Rappel des fondamentaux sur le storytelling

- Savoir définir le storytelling.
- Connaître les schémas narratifs pour décrypter et élaborer des histoires.
- Saisir le rôle clé de l'émotion.

### Concevoir et élaborer des histoires en vidéo

- Concevoir une vidéo storytelling fictionnelle.
- Mettre en récit une réalité en vidéo.
- Mettre en place un storytelling expérientiel en vidéo.
- Stimuler la participation du public avec la vidéo.

## Élaborer et déployer une stratégie vidéo storytelling narrative

- Mettre en place une charte vidéo storytelling : un outil opérationnel, dans la durée.
- Connaître le rôle de la vidéo dans un storytelling crossmedia et transmedia.

## INITIATION

Code : 37122

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Piloter la conception et la réalisation de vidéos narratives (ou les concevoir et les réaliser directement) captivantes, mémorables et convaincantes. Élaborer et déployer une stratégie vidéo narrative cohérente sur la durée.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication (internes/externes), chargés de production de contenus, responsables marketing, responsables publicité...

Code DOKÉLIO : 058038

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cas pratiques : mises en situation pour élaborer le pré-scénario d'une vidéo storytelling à partir d'un brief.

## SESSIONS

Paris

5 juin 2019  
4 décembre 2019

# Filmer avec un reflex numérique



Maîtriser la technique de tournage vidéo avec un appareil photo numérique 5D (ou équivalent) et réaliser un sujet.

## PROGRAMME

### S'approprier les réglages du boîtier reflex pour la vidéo

- Reconnaître les différentes optiques et caractéristiques électroniques des capteurs.
- Identifier les différents micros et les autres supports de prise de son.
- Contrôler la fabrication du fichier vidéo.

### Régler le boîtier photo pour réaliser une prise de vue vidéo

- Définir la profondeur de champ.
- Analyser l'utilisation de la profondeur de champ en fonction du genre du film.
- Utiliser les tables de profondeur de champ sur smartphone ou sur papier.

### Découper et tourner une séquence

- Définir et analyser le découpage d'une vidéo.
- Réaliser un storyboard.
- Formaliser les besoins techniques nécessaires.
- Tourner une séquence simple.

- Évaluer la matière disponible pour le montage en visionnant les rushes.

### Organiser une interview

- Équiper l'appareil reflex avec différents accessoires pour la prise de vue et de son.
- Choisir des valeurs de plan et des axes caméras.
- Sélectionner le mode de prise de son.
- Positionner les caméras pour créer des combinaisons de valeurs et d'axes de prises de vue compatibles pour le montage.
- Déterminer les contraintes et options d'éclairage en intérieur et en extérieur.
- Régler et paramétrer l'enregistreur audio.

### Filmer un sujet en vue de son incrustation en post-production

- Définir l'incrustation.
- Réussir une prise de vue sur fond vert.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 45070

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 700 €

### OBJECTIFS

S'approprier les réglages du boîtier reflex pour la vidéo. Découper et tourner une séquence. Filmer un sujet.

### PRÉREQUIS

Il est nécessaire de maîtriser les fonctions photo d'un reflex ou de bien connaître la prise de vue vidéo.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.  
Code DOKÉLIO : 024874

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD en amont de la formation, prise en main du boîtier lors d'exercices de tournage, dérushage collectif et montage rapide.

## SESSIONS

Paris

4 au 6 mars 2019  
5 au 7 juin 2019  
16 au 18 septembre 2019  
2 au 4 décembre 2019  
4 au 6 mars 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Transformer son smartphone en studio TV

S'approprier les fondamentaux de la vidéo sur smartphone.

## PROGRAMME

### Les contraintes de base de la vidéo avec un mobile

- Les cadrages.
- Les différents plans.
- La lumière.
- La vitesse des images.
- La prise de son.

### Donner du sens à ses vidéos

- Le storytelling vidéo.
- Le séquençage des plans.
- Le droit à l'image.

### La fonction vidéo sous iOS/Android/Windows

- Panorama des systèmes existants.
- Forces et faiblesses.
- Les fonctions vidéo de base des smartphones.
- Récupérer ses vidéos sur Mac/Pc.

### Les applications indispensables

- Filmer avec une appli professionnelle.
- Le montage : effets de transition.
- L'editing : titres, synthé.
- Le son : ajouts de pistes audio.
- Le partage et le stockage : cloud, réseaux sociaux.

### Créer un studio TV

- Le matériel et les accessoires utiles : trépieds, support, slider, Dolly, Led Panel, microphone externe.
- Le lieu.
- L'installation.

## INITIATION

Code : 37058

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Utiliser la vidéo pour dynamiser ses contenus web.

Monter ses vidéos.

Donner du sens à ses vidéos.

### PRÉREQUIS

Savoir utiliser un smartphone.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 030160

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

Exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

13-14 juin 2019

14-15 octobre 2019

# Découvrir le tournage au 5D

S'initier aux techniques de tournage vidéo avec un 5D et l'équiper pour optimiser son travail.

## PROGRAMME

### Découvrir les techniques de tournage au 5D

- Connaître les caractéristiques générales d'un 5D versus caméra vidéo.
- Identifier les qualités et les limites du 5D.
- Optimiser les spécificités du 5D en tournage.
- Maîtriser les paramètres fondamentaux (cadrage, exposition, mise au point, balance des blancs, enregistrement du son).
- Étude de cas : visionnage de tournages réalisés au 5D.

### Équiper son 5D

- Choisir des optiques, loupe de visée, pied, crosse d'épaule, steadycam.
- Bien équiper son appareil pour la prise de son : micro, caméra, mixette, HF, perche, enregistreur numérique.
- Découvrir les accessoires indispensables pour optimiser son tournage.
- Mise en situation : présentation des accessoires complémentaires pour le tournage en 5D.

## INITIATION

Code : 45078

🕒 1/2 journée - 4 heures

💰 Prix HT : 460 €

### OBJECTIFS

Découvrir les techniques de tournage avec un 5D.

Manipuler un 5D dans les conditions de préparation d'un tournage.

### PRÉREQUIS

Avoir une connaissance de la photo et un intérêt pour les sujets numériques.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 029606

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

## SESSIONS

Paris

8 février 2019

20 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Filmer avec son smartphone



Découvrir les techniques de prise de vue et du montage avec un téléphone portable.

## FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 77

## PROGRAMME

### Connaître l'environnement MoJo

- Panorama des genres et des vidéos créatives.
- Décoder la grammaire des images.
- Hiérarchiser les informations : construire un bon récit vidéo.
- Les techniques pour réaliser de bonnes séquences vidéo.
- Découverte des applis de tournage et montage incontournables des plateformes Android et IOS.

### Filmer avec le bon matériel

- Panorama des kits matériels et accessoires.
- Bien préparer son matériel avant le tournage.
- Maîtriser les réglages de son smartphone.
- La check-list et les pièges à éviter.

### Atelier reportage

- Tournage en extérieur avec un kit mobile.
- Réussir le tournage des séquences.
- Maîtriser la lumière et la température de couleur.

### Réaliser un montage efficace

- Monter les séquences sur une appli.
- Découper les séquences, les sons, les ambiances et les musiques.
- La postproduction : les effets (slowmotion, timelapse, etc.), génériques, titres.
- Réussir un screen shot vidéo.

### Mettre en ligne sa vidéo

- Diffuser sa vidéo sur les réseaux sociaux.
- Gérer un live avec un smartphone.
- Découvrir les nouvelles formes.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46029

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 2050 €

## OBJECTIFS

Découvrir les techniques de prise de vue et du montage avec un téléphone mobile.

Filmer comme un pro avec son smartphone.

Filmer avec le bon kit matériel. S'initier au montage avec les bonnes applis.

## PRÉREQUIS

Publier régulièrement sur le web.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024466

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets sur le terrain.

## \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

Le 08/07/2019

Le 02/12/2019

Durée : 1 heure

Tarif HT : 120 €

## SESSIONS

### Paris

27-28 février 2019

20-21 juin 2019

17-18 octobre 2019

20-21 janvier 2020

17-18 février 2020

### Lyon

27-28 février 2019

4-5 novembre 2019

### Bordeaux

14-15 mars 2019

21-22 octobre 2019

### Nantes

14-15 mars 2019

21-22 octobre 2019

### Lille

27-28 février 2019

12-13 septembre 2019

### Strasbourg

11-12 avril 2019

28-29 novembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Parcours

### Raconter une histoire avec son smartphone

#### Filmer avec son smartphone

2 jours

page 187

#### Réussir ses vidéos avec le storytelling

1 jour

page 185

#### Concevoir un reportage vidéo pour le web

5 jours

page 191

# Pratiquer la photo et vidéo mobile

Maîtriser la photographie et la vidéo légère avec un smartphone ou une tablette.

## PROGRAMME

### Maîtriser les règles de cadrage et le matériel

- Tour d'horizon du matériel pour tourner ou faire des photos avec son smartphone.
- Maîtriser les valeurs de plan, la lumière et le son.
- Maîtriser les différents types de vidéos : timelaps, stopmotion, hyperlaps, slowmotion.
- Mise en situation : réalisation de portraits photo et vidéo, street photographies et photos d'ensemble.

### Utiliser les applications, prises de vue et post-production en situation de stabilité

- Utiliser les applications de retouche photo.
- Utiliser les applications de prises de vue et de montage.
- Penser à la diffusion : choisir le bon réseau.
- Atelier pratique : street photographies et photos d'ensemble

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46153

- 1/2 journée - 4 heures
- Prix HT : 460 €

## SESSIONS

Paris

29 mai 2019

13 décembre 2019

### OBJECTIFS

Maîtriser le matériel.  
Maîtriser les règles du cadrage et les valeurs de plan.  
Utiliser des apps en post-production.

### PRÉREQUIS

Venir en formation avec son smartphone ou sa tablette et en ayant installé les apps préalablement indiquées par le formateur.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

# Découvrir le tournage 360 VR

S'initier à la vidéo 360 et aux techniques de tournage.

## PROGRAMME

### Comprendre l'écosystème et le marché de la réalité virtuelle 360

- Découvrir la technologie, comprendre la place du marché de la VR 360.
- Quels modèles de caméras utiliser ?
- Connaître les différents casques et tablettes.
- Mise en situation : visionnage de contenus avec un casque VR.

### Tourner et diffuser la vidéo 360

- Préparer un tournage en 360 : les trucs et astuces et les écueils techniques.
- Comprendre les étapes de postproduction.
- Diffuser une vidéo 360 sur YouTube.
- Mise en situation : utilisation d'une caméra 360 pour tester en live.

## INITIATION

Code : 45077

- 1/2 journée - 4 heures
- Prix HT : 495 €

## SESSIONS

Paris

8 février 2019

20 septembre 2019

### OBJECTIFS

Découvrir l'environnement de la vidéo 360.  
Comprendre les techniques de tournage et de diffusion VR.

### PRÉREQUIS

Avoir un intérêt pour la vidéo et les nouveaux formats de narration.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 029605

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Réussir ses vidéocasts

S'initier à la prise de vue, apprendre le montage audio et vidéo sur des outils simples pour diffuser rapidement ses sujets sur des supports numériques.

## PROGRAMME

### Comprendre l'importance de la vidéo sur le web

- Les nouvelles exigences des lecteurs en matière de navigation.
- Marketing viral, web conférence, Interviewing : à quoi sert la vidéo en ligne ?
- La convergence des nouvelles technologies et des médias.
- Simplification des infrastructures et des outils.

### Tourner-monter pour le web

- Choisir son matériel selon ses objectifs éditoriaux.
- Penser son sujet en amont : angle, sonores et séquences nécessaires.
- Maîtriser les fondamentaux du tournage : valeur de plan, lumière, prise de son...
- Gérer le tournage sur le terrain : tenir compte des conditions, du temps imparti, raisonner en séquences.
- Éditer et contextualiser sa vidéo pour la mettre en ligne : tenir compte du SEO.

## Réussir son montage

- Dérushage, indexation, montage.
- Choisir les séquences images pour le meilleur impact.
- Postproduction express : rajouter génériques, sous-titres...
- Travailler le son (postsynchro, illustration musicale).
- Sélectionner les bons éléments.

### Indexer et promouvoir ses contenus

- Présenter efficacement son contenu en soignant l'editing de sa production vidéo.
- Les moteurs de recherche spécialisés.
- Les sites communautaires.
- Jouer la viralité sur les réseaux sociaux.
- Ateliers pratiques.

## INITIATION

Code : 46013

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 245 €

### OBJECTIFS

Se familiariser avec le matériel de tournage.

Maîtriser le cadrage et les valeurs de plan.

Tourner, monter et diffuser ses vidéos.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne pratique du web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024556

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Module VOD avant la formation, présentation interactive, exercices sur le terrain.

## SESSIONS

Paris

4-5 mars 2019

28-29 août 2019

28-29 octobre 2019

2-3 mars 2020

# Réussir ses podcasts

Découvrir ce format sonore qui émerge enfin sur les supports numériques.

## PROGRAMME

### Définir le genre podcast

- Définir ce qu'est un podcast... et ce qu'il n'est pas.
- Balayage de différents types de podcasts.
- Découvertes des dernières initiatives journalistiques sur le podcast : les pure players sonores et l'arrivée des médias traditionnels.
- Étude de cas : écoute collective d'histoires sonores

### Concevoir un podcast

- Déterminer les sujets qui se prêtent à un traitement éditorial en podcast.
- Choisir un sujet, son angle.
- Établir les différentes étapes de conception de son podcast : définir les séquences sonores, penser aux sons d'habillage, penser à la structure de la narration.
- Tenir compte des conditions d'écoute pour réussir son podcast (choix de la durée, qualité sonore, etc.).

- Choisir son matériel de prise de son.
- Préparer son reportage sur le terrain et son matériel.

### Adopter les bons réflexes sur le terrain

- Choisir les bons sons pour alimenter une histoire.
- Repérer à chaud les sons à conserver.
- Utiliser des sons d'ambiance.
- Finaliser son podcast
- Monter son histoire sonore.
- Éditer son podcast.
- Mise en situation : maîtriser la prise de son en utilisant un Zoom et réaliser un podcast.

## INITIATION

Code : 46200

1 jour | 7 heures

Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Définir le genre podcast.

Connaître les étapes de conception d'un podcast réussi.

Réaliser un podcast.

### PRÉREQUIS

Publier régulièrement sur le web.

Les participants peuvent venir avec leur matériel s'ils le souhaitent.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code DOKÉLIO : 058219

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets sur le terrain, réalisation d'un podcast simple.

## SESSIONS

Paris

8 mars 2019

20 septembre 2019

6 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Concevoir et réaliser un long form

BEST  
OF

Identifier les étapes nécessaires à la conception et à la réalisation d'un long format.

## PROGRAMME

### Définir le long form

- Distinguer les différents types de longs formats.
- Visionnage et navigation.

### Écrire un long form

- Adapter la construction et la narration de son long form
- Développer l'interactivité de son long format.
- Travail d'auteur et/ou travail de journaliste.
- Échanger avec avec les producteurs, instaurer la bonne relation.

### Réaliser un long form

- Long form et indépendance.
- Faire soi-même : libertés et contraintes.
- Du projet à la mise en ligne : connaître les étapes.
- Informer l'internaute, le divertir, l'associer au contenu.
- Long form et actualité. Long form et réactivité. Long form et longévité.
- Tenir compte des principes de mesure d'audience.

## Choisir les techniques adaptées

- Long format et techniques web.
- Le développement : durée, contraintes...
- L'interface : entre beauté et efficacité.
- Narration délinéarisée : outils et méthodes du storyboard.
- Gérer l'interactivité et la modération.
- Gérer les liens et les réseaux sociaux.

## Financer un long form

- Avoir une idée de son budget dès le début.
- Choisir de coproduire : avantages et inconvénients.
- De la conception à la mise en ligne : organisation des tâches.

## Vendre et diffuser un long form

- Connaître l'écosystème du long format.
- Gérer les rapports producteurs et diffuseurs.
- Connaître les droits et devoirs de l'auteur du long form.
- Protéger ses projets : Scam, Sacem...

## APPROFONDISSEMENT

Code : 46035

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2 695 €

### OBJECTIFS

Identifier les étapes de conception d'un long form.  
Connaître les caractéristiques de ce format multimédia.  
Trouver des financements pour réaliser son projet.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique numérique aguerrie. Les participants sont invités à venir en formation avec une idée de long form.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.  
Code DOKÉLIO : 024670

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

## SESSIONS

Paris

27 au 31 mai 2019  
7 au 11 octobre 2019

# Filmer une interview pour le web

RÉGION

Les techniques de l'interview journalistique adaptées au web.

## PROGRAMME

### Identifier l'intérêt de la vidéo sur le web

- Mesurer le pouvoir démonstratif, ludique et pédagogique de la vidéo.
- Déterminer les critères de qualité de rendu d'une vidéo web.
- Définir son image, sa résolution, son débit et son format.

### Adapter les grands principes de l'interview aux impératifs du web

- Préparer son interview : questions, lieu.
- Choisir un angle et des questions courtes adaptés au web.
- Différencier les types de questionnements.
- Classifier les types d'interviewés : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin.
- Attitude et comportement lors d'une interview : créer un climat de confiance et rebondir.
- Gagner en spontanéité : quelles astuces utiliser ?

## Filmer son interview

- Sélectionner son matériel.
- Choisir le lieu et les éléments de "décor".
- Jouer avec la lumière, la prise de son.
- Intégrer les règles essentielles d'un bon cadrage, les différentes valeurs de plans.
- Corriger les plans tremblotants grâce à la stabilisation vidéo.
- Se sensibiliser aux grands principes de montage.
- Mettre en ligne sa vidéo.

## INITIATION

Code : 33013

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 480 €

### OBJECTIFS

Utiliser la vidéo pour dynamiser ses contenus web.  
Réaliser une interview au format web.  
Tourner et monter pour le web.

### PRÉREQUIS

Pratiquer la vidéo : tournage et/ou montage.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne susceptible de réaliser une interview pour le web.

Code DOKÉLIO : 032234

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques de tournage d'interviews, analyses de vidéos et échanges critiques.

## SESSIONS

Paris

27-28 juin 2019  
21-22 novembre 2019

Nantes

27-28 juin 2019  
21-22 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Concevoir un reportage vidéo pour le web



Découvrir les techniques de la vidéo pour le web, de la préparation des séquences à la diffusion des images.

**FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### La place de l'image sur Internet

- Panorama des genres télévisuels sur Internet.
- L'image sur le web : films, clips, documents, reportages, photos.
- La convergence numérique (image, texte) : l'impact journalistique de l'interactivité.
- Les médias traditionnels sur le web : une offre enrichie.

### Le reportage pour le web : quelles spécificités ?

- Les contraintes de tournage propres à Internet.
- Éloge de la brièveté : les raisons techniques, les raisons liées au média, la technique du feuilletage.
- La place de l'écrit : le bon rapport texte/image.
- Hiérarchiser l'information vidéo pour le web.

### Utiliser les techniques traditionnelles du reportage

- Construire le sujet.
- Respecter l'angle.
- Raconter une histoire : les principes de narration.
- Appliquer des principes déontologiques à chaque étape de réalisation de son reportage vidéo

### Réussir la préparation du reportage

- Déterminer les séquences.
- Construire le plan de tournage.
- Réaliser le reportage sur le terrain.
- Le rôle essentiel du son : son d'ambiance, son seul.
- Les techniques d'interview.
- L'interview en situation.

### L'aspect journalistique du montage

- L'importance du dérushage.
- Bâtir un plan de montage.
- Choisir les plans.
- Choisir les sonores.

### La voix off

- Maîtriser le rapport texte/image.
- Utiliser un style direct.

### Réalisation de reportages dans les conditions réelles

## INITIATION

Code : 46049

🕒 5 jours - 35 heures

💰 Prix HT : 2050 €

## OBJECTIFS

Connaître les particularités du reportage vidéo pour le web. Connaître les règles de tournage sur le terrain. Appliquer une démarche journalistique au montage.

## PRÉREQUIS

Publier régulièrement sur le web.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024454

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exercices pratiques sur le terrain.

## \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 28/02/2019  
Le 11/09/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

## SESSIONS

### Paris

#### En 5 jours :

- 25 au 29 mars 2019
- 15 au 19 juillet 2019
- 21 au 25 octobre 2019
- 16 au 20 mars 2020

#### En 3 jours + 2 jours :

- 13 au 15 mai, puis les 3 4 juin 2019
- 27 au 29 novembre puis les 16 et 17 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

## Parcours

### Des vidéos créatives aux vidéos immersives

**Concevoir un reportage vidéo pour le web**

5 jours  
page 191

**Réaliser des vidéos créatives**

2 jours  
Page 192

**S'initier à l'écriture journalistique pour la VR**

3 jours  
Page 103

# Réaliser des vidéos créatives

Transformer son smartphone en studio d'édition de vidéos créatives.



## PROGRAMME

### Découvrir les vidéos créatives et la vidéo social média

- Panorama des vidéos créatives réalisées avec un smartphone.
- Comprendre le succès des plateformes vidéo sociales : MinuteBuzz, Brut, One, Now this, AJ+, etc.
- Connaître les secrets d'une vidéo créative réussie pour les médias sociaux.

### Maîtriser les techniques de l'édition de contenu vidéo

- Intégrer la technique du motion design dans son récit vidéo.
- Mixer plusieurs sources visuelles pour composer une vidéo créative : titraille vidéo, animations de texte, de data d'infographie, etc.
- Découvrir les différentes techniques d'effets : stop motion, slowmotion, reverse motion, timelapse.

## Produire une vidéo créative

- Trouver un style décalé et unique à sa vidéo.
- Scénariser un contenu vidéo.
- Travailler le storyboard et ses séquences.
- Réaliser des plans créatifs et esthétiques en tournage.
- Utiliser les bonnes applis pour un montage créatif.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 46170

- 2 jours - 14 heures
- Prix HT : 1245 €

### OBJECTIFS

Transformer son smartphone en studio d'édition de vidéos créatives. Développer sa créativité en vidéo avec son mobile. Découvrir les pratiques des médias "pure vidéo". Maîtriser les techniques d'édition de contenus vidéo.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du cadrage et des valeurs de plan. Les participants sont invités à venir en formation avec leur smartphone et avec des vidéos qu'ils ont déjà tournées avec leur mobile.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 040648

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mise en application avec des exercices créatifs de tournage et de montage à partir de son mobile.

## PLANNING

Paris

- 4 - 5 mars 2019
- 20 - 21 juin 2019
- 14 - 15 octobre 2019
- 5 - 6 mars 2020

# Monter avec Adobe Premiere Pro

Réaliser des montages vidéo structurés : reportage, interview, clip, etc.



## PROGRAMME

### Définir les aspects techniques des fichiers audio et vidéo

- Identifier les formats et les codecs numériques pour la production et la diffusion.
- Maîtriser le vocabulaire.

### Connaître les principes du montage vidéo

- Comprendre la nécessité d'un bon découpage et d'un tournage soigné.
- Définir les grandes étapes du montage et de la post-production.

### Élaborer une méthode de travail efficace

- Découper le film en séquences et placer des plans intermédiaires pour le rythmer.
- Concevoir un plan d'action selon le document à réaliser.
- Organiser les imports et le rangement des rushes.

## Réaliser un montage simple

- Se repérer dans l'interface.
- Définir un cahier des charges.
- Dérusher les plans et les sons.
- Trier et sélectionner les rushes.
- Découvrir les outils de montage.
- Structurer les plans.
- Appliquer des effets simples.

### Réaliser des montages structurés

- Paramétrer les préférences du logiciel et la séquence.
- Découper le film en séquences.
- Organiser le montage d'une interview.
- Créer les habillages.
- Maîtriser le film : étalonner l'image et mixer la bande son, créer le fichier Master, exporter une version de validation, rassembler les données du projet afin d'archiver.

## INITIATION

Code : VP102

- 5 jours | 35 heures
- Prix HT : 2 100 €

### OBJECTIFS

Découvrir les fonctionnalités du logiciel de montage Premiere Pro. Connaître les principes du montage vidéo. Réaliser un montage simple.

### PRÉREQUIS

La connaissance de Photoshop est un atout, une expérience en prise de vue vidéo est un plus.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024945

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, démonstration, prise en main du logiciel, exercices de montage.

## SESSIONS

Paris

- 11 au 15 mars 2019
- 15 au 19 juillet 2019
- 25 au 29 novembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# COMMUNICATION CORPORATE

# Le socle de valeurs de sa marque : le définir et communiquer



Construire le socle de valeurs de sa marque et bien communiquer dessus.

## PROGRAMME

### Découvrir les différentes méthodologies pour définir ses valeurs

- Adopter une méthode, en combiner plusieurs.
- S'assurer des attentes des publics.

### Analyser et classier les valeurs de marques

- Examiner des valeurs de PME, de grandes entreprises.
- S'inspirer de valeurs hors du monde des entreprises.

### Valeurs personnelles, valeurs communes

- Donner à ses valeurs un effet mobilisateur.
- Trouver l'équilibre entre aspirations et réalités, entre abstrait et concret.
- Vérifier que les valeurs sont incarnées.

## Communiquer sur ses valeurs

- Valeurs ou plateforme de marque ?
- Appréhender les différentes déclinaisons possibles sur un socle de valeurs.

### Faire évoluer ses valeurs

- Teinter ses valeurs grâce à celles d'une autre structure.

## INITIATION

Code : 38116

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Déterminer les valeurs de sa marque.  
Incarnier ses valeurs.  
Communiquer sur ses valeurs.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 057744

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

20 mars 2019  
11 septembre 2019  
20 mars 2020

# Le communicant de demain : expert et consultant



Devenir consultant en communication au service de l'entreprise et de ses équipes.

## PROGRAMME

### Les compétences clés du communicant

- Connaître les 3 fonctions de la communication.
- Maîtriser les 3 niveaux de discours.
- Différencier : empathie vs sympathie vs compassion.
- Comprendre le rôle des 3 cerveaux.
- Différencier : notoriété et réputation.
- S'approprier les fondamentaux de la communication interpersonnelle, de la communication non violente et de l'assertivité.

### Les mutations du métier de communicant dans un monde en transformation

- Prendre conscience des mutations et enjeux du métier de communicant : réputation, attention, expérience, engagement, digital, contenu, data.

- Comprendre les transformations de notre environnement et leurs conséquences sur les pratiques du communicant.

### Faire évoluer sa posture de communicant vers le conseil en communication dans l'entreprise

- Être consultant dans l'entreprise : c'est quoi ?
- Être consultant dans l'entreprise : comment ?

### La communication en action

- Réaliser un SWOT.
- Définir des objectifs SMART.
- Construire une grille de cohérence.
- Élaborer une stratégie de contenus.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38117

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 430 €

### OBJECTIFS

Renforcer sa légitimité de communicant et sa reconnaissance grâce à une démarche Conseil/Action.  
Développer une stratégie de communication de contenus éditoriaux online et offline.  
Nourrir l'esprit d'équipe "Communication".

### PRÉREQUIS

Avoir une expérience confirmée en communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication

Code Dokelio : 057741

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

2-3 avril 2019  
5-6 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Réussir la transformation digitale de sa communication



Une démarche méthodologique, pragmatique et outillée pour piloter la transformation de sa communication.

## PROGRAMME

### MODULE 1

#### Identifier les enjeux de la transition numérique et évaluer l'impact sur sa communication

- Comprendre les concepts clés et enjeux du numérique.
- Redéfinir sa stratégie de communication en fonction des impacts du numérique.
- Faire le bilan de sa communication.

#### Plan d'action intersession 1.

### MODULE 2

#### Élaborer sa nouvelle stratégie de communication

- Retour d'expérience intersession 1.
- Définir les objectifs et KPIs.
- Redéfinir sa cible / ses communautés / ses audiences.
- Cartographie de présence et des lieux de prise de parole.

#### Plan d'action intersession 2

### MODULE 3

#### Élaborer sa stratégie de contenus et déployer sa stratégie de communication, plan d'action

- Retour d'expérience intersession 2.
- Moyens et plans d'action pour créer sa stratégie de contenus et de diffusion.
- Bilan et plan d'action pour aller plus loin.

Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38074

- 6 jours | 42 heures
- Prix HT : 3 100 €

### OBJECTIFS

Faire le bilan de sa communication. Redéfinir sa stratégie de communication et sa logique de segmentation des cibles. Créer sa stratégie de contenus. Concevoir sa stratégie de diffusion.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 030003

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cette formation traite sous un angle très opérationnel toutes les grandes problématiques auxquelles est confronté le responsable de communication par rapport aux enjeux de la transition numérique. Elle propose une démarche pragmatique et outillée.

## SESSIONS

Paris

### Session 1

20-21 mai puis les 17-18 juin puis les 11-12 juillet 2019

### Session 2

24-25 octobre puis les 14-15 novembre puis les 16-17 décembre 2019

# Piloter un projet de communication de A à Z



Un atelier interactif pour réaliser concrètement un projet de communication performant.

## PROGRAMME

#### Définir clairement son projet de communication

- Identifier le contexte et les enjeux du projet.
- Trouver la bonne idée de communication.
- Qualifier ses cibles et définir les comportements attendus.
- Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables.
- Déterminer ses indicateurs de résultat.
- Choisir les modalités d'évaluation.

#### Concevoir le projet de communication et élaborer son plan d'action

- Choisir les moyens de communication à mettre en œuvre.
- Définir le ton, le style de son action conformément à l'image voulue de l'entreprise.
- Concevoir et formaliser les messages clés à diffuser.
- Budgéter son action : coût et temps passé.
- Établir son planning.

- Répartir les rôles et les fonctions des différents acteurs : pilotage et réalisation.
- Élaborer le plan d'action.

#### Réaliser ou faire réaliser l'action

- Rédiger un cahier des charges pertinent et précis.
- Recruter ses prestataires et organiser la consultation.
- Conduire un brief d'agence.
- Évaluer objectivement les propositions et sélectionner la meilleure.
- Piloter et suivre la réalisation de son projet.
- Évaluer les résultats de son projet.

## INITIATION

Code : 38012

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Définir des objectifs de communication et des indicateurs de résultat. Définir des actions, choisir les outils à mettre en œuvre. Établir budget et planning. Piloter, suivre et évaluer son action.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication. Être en charge de projets de communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à piloter un projet de communication.

Code Dokelio : 031513

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les participants travaillent sur leurs propres projets de communication au cours d'un atelier interactif et repartent avec leur projet formalisé.

## SESSIONS

Paris

13-14 mai 2019  
5-6 décembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Concevoir une stratégie de communication multicanale



Combiner efficacement les outils offline et online pour relever les défis d'une communication globale.

## PROGRAMME

### Comprendre la logique de la communication multicanale intégrée

- Distinguer la communication multicanale, plurimédia, omnicanale, cross média et trans-média.
- Établir la cartographie de l'ensemble de ses ressources de communication.

### Concevoir une stratégie multicanale

- Définir sa stratégie de cible.
- Identifier les comportements attendus de ses publics cibles et les objectifs de communication.
- Définir les critères de choix des différents canaux.
- Établir la cartographie des messages et des contenus.
- Définir les points de contact entre les différents canaux de communication.

### Dégager des synergies entre les canaux de communication externe offline et online

- Optimiser la couverture, la viralité et le rebond en articulant ses contenus de communication.

- Identifier les complémentarités entre les différents canaux.
- Articuler réseaux sociaux et moyens de communication offline.
- Rendre multicanales ses actions de sponsoring, parrainage et mécénat.
- Développer une communication événementielle multicanale.
- Développer une stratégie de relation presse multicanale.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## PERFECTIONNEMENT

Code : 38070

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1 800 €

### OBJECTIFS

Créer des synergies entre les outils offline et online pour relever les défis d'une communication globale. Concevoir une stratégie de contenus multicanale. Appliquer une stratégie multicanale à votre communication.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du web.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 031665

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Une approche méthodologique, outillée et pragmatique immédiatement transposable.

## SESSIONS

Paris

1<sup>er</sup> au 3 avril 2019

2 au 4 octobre 2019

En partenariat avec



# Définir son plan de communication et de relations presse

Transposer une stratégie de communication en actions de communication et de relations presse.

## PROGRAMME

### Stratégie de communication et plan de communication

- Comprendre l'utilité d'une approche stratégique des actions de communication et de relations presse.
- Comprendre l'articulation entre stratégie et plan de communication.
- Appréhender des méthodes de construction différentes du plan de communication pour mieux en maîtriser la logique globale.

### Définir un plan de communication et de relations presse

- Réaliser un audit de la communication et une analyse du contexte.
- Poser un diagnostic.
- Bien formuler sa problématique.
- Définir son objectif général.

- Définir des axes stratégiques, décliner sa stratégie en actions.
- Choisir des cibles pertinentes, choisir ses publics.
- Intégrer les relations presse au plan de communication : choisir ses médias pour atteindre ses publics.
- Planifier, budgéter, évaluer.

**Atelier : mettre en pratique.**

## INITIATION

Code : 38092

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1 900 €

### OBJECTIFS

Concevoir une stratégie de communication avec son volet digital. Définir des objectifs de communication opérationnels et mesurables. Budgéter ses actions de communication et de relations presse.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication

### PUBLIC CONCERNÉ

Chargés de communication.

Code Dokelio : 040447

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

9 au 11 janvier 2019

23 au 25 septembre 2019

8 au 10 janvier 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Enrichir ses communications avec le storytelling



Toutes les clés pour une communication captivante.

## PROGRAMME

### Comprendre tout l'intérêt du storytelling

- Comprendre tous les avantages du storytelling et son pouvoir disruptif.
- Maîtriser les 7 principes à respecter pour fabriquer une bonne histoire.
- Identifier tous les champs d'application du storytelling.

### Trouver une histoire à raconter

- Identifier des thèmes porteurs dans ses objectifs de communication.
- Utiliser les lois de proximité pour être en phase avec ses publics.
- Explorer le périmètre de son histoire avec le schéma heuristique.
- Définir le genre et l'univers de référence de son histoire.

### Maîtriser les techniques de storytelling

- Utiliser les 5 étapes du schéma narratif.
- Appliquer le modèle actanciel pour créer suspens et tensions

narratives.

- Rédiger son histoire : utiliser le VAKOG pour s'adresser aux 5 sens.
- Mobiliser les émotions.
- Rédiger l'attaque et la chute, donner du détail, de l'anodin, du vécu, de la tension et du quotidien.

### Médiatiser son histoire

- Évaluer la pertinence de son histoire par rapport à sa cible et son objectif de communication.
- Choisir le média adapté.
- Adapter son récit aux spécificités du média choisi.
- Concevoir son plan d'action.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38028

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 340 €

### OBJECTIFS

Utiliser le storytelling pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative. Identifier des thèmes porteurs et des angles narratifs dans la culture d'une entreprise. Maîtriser les techniques du storytelling et les appliquer à ses communications. Médiatiser son histoire.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication/marketing.

Code Dokelio : 024643

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les participants conçoivent et rédigent une histoire complète.

## SESSIONS

Paris

- 7-8 février 2019
- 23-24 avril 2019
- 13-14 juin 2019
- 4-5 septembre 2019
- 16-17 octobre 2019
- 28-29 novembre 2019

En partenariat avec



# Développer sa créativité pour une stratégie de communication osée

Développer ses compétences en créativité pour développer une stratégie de communication unique et inspirante.

## PROGRAMME

### Le cadre créatif à poser

- Qu'est-ce que la créativité ?
- La notion de paradigme et de disruption : comment les définir et les utiliser pour penser "out of the box" ?
- Le brainstorming ou l'atelier de créativité : un processus précis et rigoureux.

### Les étapes du processus créatif

- Les règles du jeu créatif.
- Les phases de divergence et de convergence, étapes nécessaires du processus créatif.
- La question motivante.
- La libération créative : les outils à utiliser et le cadre indispensable au bon déroulement d'une séance créative.
- L'exploration de nouveaux territoires : utiliser et développer des techniques de créativité pour explorer tous les champs des possibles.
- La sélection audacieuse des idées.

### La suite indispensable à donner à une séance de créativité

- Comment vendre ses idées auprès de la direction, des clients...
- L'équipe projet à mettre en œuvre pour concrétiser les idées développées.
- Le plan d'action : comment définir la suite pour concrétiser les recommandations développées ?

## PERFECTIONNEMENT

Code : 38098

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Développer ses compétences en créativité. Utiliser le processus créatif. Animer une séance de créativité avec son équipe ou un groupe.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 040445

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les deux jours de formation seront articulés autour du processus de créativité à suivre pour une séance de créativité parfaitement réussie. Exercices pratiques de créativité.

## SESSIONS

Paris

- 1<sup>er</sup>-2 avril 2019
- 3-4 octobre 2019
- 16-17 janvier 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Narrative Thinking : les outils de la pensée narrative



Pour libérer la créativité, innover et communiquer, transformer une organisation ou un process, créer un produit ou un service.

## PROGRAMME

### Le storytelling, ça s'apprend : parcours à distance

- Définir le concept storytelling et identifier ses multiples utilisations. Qu'est-ce que le storytelling ? Pourquoi utiliser le storytelling ? Quand pouvons-nous utiliser le storytelling ?
- Comment accorder stratégie de marque et storytelling ?
- Décrypter l'outil storytelling et les éléments qui le composent. Quelles sont les clés d'une bonne histoire ? Comment choisir le thème de son histoire ? Comment structurer son histoire ? Comment créer les personnages d'une histoire ? Quelle histoire raconter ? Comment appliquer le storytelling à une marque ?
- Exploiter un storytelling à plusieurs facettes.
- Comment raconter sa marque personnelle ?
- Comment adapter le storytelling à son management ?
- Comment créer une histoire à partir d'un brief d'agence ?
- Comment adapter le storytelling au digital ?

### Narrative Thinking : les outils de la pensée narrative, la classe virtuelle

- Libérer la créativité et innover.
- Explorer et acquérir les outils de la pensée narrative pour transformer.
- Cocréer l'histoire avec une équipe et la partager.

### Activité intersession

### Narrative Thinking : les outils de la pensée narrative, le présentiel

- S'appropriier les paradigmes et les outils de la pensée narrative pour libérer sa créativité et innover
- Transformer un produit ou un service.
- Faire évoluer une organisation ou un processus.
- Créer l'histoire avec ses mains
- Explorer la créativité autrement que par les mots et raconter l'histoire.
- Cas pratiques.

- Cocréer l'histoire avec son équipe en temps réel
- Vivre et créer l'histoire.
- S'appropriier les outils Story Game : les typologies de grands récits pour innover, 7 paradigmes narratifs.
- Cas pratiques.
- Raconter son projet sans mots
- Les outils de la communication visuelle au service de son histoire !

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38118

- 1.5 jour - 10 heures
- Prix HT : 845 €

### OBJECTIFS

Libérer la créativité et innover. Explorer et acquérir les outils de la pensée narrative pour transformer. Cocréer l'histoire avec une équipe et la partager.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public. Managers, salariés, entrepreneurs, formateurs.

Code Dokelio : 058084

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Session 1

Classe virtuelle le 21 mai et  
présentiel le 24 mai 2019

### Session 2

Classe virtuelle le 8 octobre et  
présentiel le 11 octobre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Créer et vendre de nouvelles idées de communication

Débrider sa créativité pour concevoir des concepts de communication forts et différenciants.

## PROGRAMME

### Oser changer d'angle

- Connaître son profil créatif et identifier ses propres "Idéicides".
- Comprendre les ressorts de la créativité.
- Porter un regard neuf sur un problème en sortant du cadre.
- Explorer un problème sous tous ses angles avec le *mind mapping*.
- Distinguer les faits, les causes et les conséquences.

### Concevoir des idées originales

- Définir des axes de recherche créatifs.
- Appliquer la méthode PAPSA : Perception, Analyse, Production, Sélection, Application.
- Concevoir des cartes mentales et utiliser le schéma heuristique.
- Utiliser les outils de créativité : *brain storming*, analogie, pioche créative, mine d'idées, stratégie catastrophe.

### Sélectionner et vendre son idée

- Hiérarchiser les idées les plus efficaces, sélectionner l'idée à retenir : efficacité, originalité, faisabilité.
- Formuler ses convictions, affirmer un parti pris.
- Développer l'idée dans ses messages.
- Décliner son idée sur différents supports ou des actions.
- Vendre et promouvoir ses idées auprès des décideurs.

## INITIATION

Code : 38023

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Stimuler sa créativité, changer sa perception, créer des idées neuves, inédites et disruptives. Découvrir et utiliser des méthodes et des techniques de créativité originales. Savoir promouvoir efficacement ses nouvelles idées.

### PRÉREQUIS

Avoir des connaissances générales en communication

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 031526

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Une approche méthodologique, outillée et pragmatique immédiatement transposable.

## SESSIONS

Paris

4-5 avril 2019

26-27 septembre 2019

En partenariat avec



# CFPJ ÉDITIONS

## THIERRY DO ESPIRITO

Diplômé de l'École normale de Tours et de l'Institut d'études politiques de Paris, Thierry do Espirito a créé et dirige TdE Consultants, société spécialisée dans la communication de changement, dont les clients sont tous des grands comptes.

### “ Nos équipes à votre écoute

Contactez-nous : 01 44 09 22 28  
ou par e-mail : [editions@cfpj.com](mailto:editions@cfpj.com)  
ou consultez la rubrique édition  
de notre site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)



CF003 - 144 pages -  
ISBN : 2-35307001-9

20,00 € + PORT

Les clés pour réussir la transformation de son entreprise

Vous voulez changer ? Communiquez ! Théorie, méthodologie, outils : cet ouvrage vous aidera à réussir, grâce à la communication, vos projets de transformation.

# Découvrir le transmédia storytelling

Débuter dans le transmédia storytelling.

## PROGRAMME

### Appréhender le concept de storytelling, ses origines, ses finalités

- Définir le storytelling.
- Panorama et définition des sous-genres.
- Panorama des audiences et des supports.

### Se repérer dans un univers global : l'univers transmédia

- Histoire du transmédia storytelling.
- Connaître les étapes et les membres d'une équipe, le vocabulaire d'un projet transmédia.
- Définir les objectifs de communication transmédia.
- Construire son univers, créer ses personnages et les enjeux.

### Préparer sa stratégie : support et cible

- Connaître ses cibles, identifier les bons supports et le wording pour engager son audience.
- Appréhender les aires et les temporalités de déploiement d'une campagne.

- Appliquer les fonctionnements des réseaux sociaux à un projet transmédia.
- Appréhender les logiques de l'engagement.
- Évaluer les mises en œuvre organisationnelles et opérationnelles de l'UX.

### Penser son projet de communication transmédia

- Maîtriser les outils de la conception transmédia en équipe.
- Utiliser les outils pour le déploiement des campagnes online.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38100

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Comprendre le transmédia storytelling dans des contextes variés.  
Analyser une campagne transmédia. Reconnaître et identifier ses cibles, supports et les principaux réseaux sociaux.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication, de l'environnement web.  
Aisance rédactionnelle.  
Connaissance de Keynote ou PowerPoint.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, journalistes, producteurs, réalisateurs audiovisuels, community managers, créatifs.

Code Dokelio : 040448

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Pédagogie d'alternance intégrative : la théorie comprise par la pratique.

## SESSIONS

Paris

7-8 mars 2019  
3-4 octobre 2019

# Workshop : monter un projet transmédia

Mettre en oeuvre un projet transmédia.

## PROGRAMME

### Master class : les grands principes de la construction d'un projet transmédia

- Les trois grandes étapes de l'atelier :

### Design d'histoire

- Choisir ses plateformes / médias pour raconter son histoire.
- Quelles histoires raconter ?
- Les personnages, leur arrière-plan.
- Ses cibles, son public.
- Les partenariats ou ressources disponibles.

### Design d'audience

- Le public de base pour chaque plateforme.
- Atteindre ces principaux publics, les faire entrer dans son univers.
- Permettre la circulation des audiences sur les différentes plateformes.
- Impliquer son public.
- L'impact attendu de l'expérience.
- Mesurer et évaluer le succès.

### Design de production

- La monétisation.
- Diffuser son projet.
- Les partenaires médias "naturels".
- Le plan marketing.
- Les principaux risques.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38102

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Mettre en place un projet transmédia. Construire un dossier de financement. Défendre son projet.

### PRÉREQUIS

Avoir déjà monté des projets de transmédia storytelling ou avoir suivi la formation "Découvrir le transmédia storytelling".  
Avoir un projet en cours à développer, une idée de projet transmédia.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, journalistes, community managers, auteurs, créateurs hybrides.

Code Dokelio : 040450

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Approche collaborative et agile. Travail sur le projet personnel du participant.

## SESSIONS

Paris

13-14 juin 2019  
7-8 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Se perfectionner en transmédia

De la conception à la distribution d'un projet transmédia.

## PROGRAMME

### Comprendre le processus de création des nouvelles écritures

- Le processus de création.
- La conception et l'écriture d'une narration interactive.
- Les outils de l'interactif pour les prototypes.
- Études de cas.

### Faire un état des lieux de la production en France et des problématiques des coproductions internationales

- Les stratégies de développement des producteurs multimédias.
- Contexte des relations institutionnelles.
- Coproductions internationales, comment ça marche ?

### Construire sa boîte à outils nouveaux médias

- Proposition d'outils essentiels pour la création, la production, le suivi et la promotion de récits interactifs.
- Démonstration des méthodes de travail en équipe.

- Exercices de mise en pratique à partir des projet personnels et définition du flux de travail.

### Construire son projet transmédia et savoir le présenter

- Construire le sommaire d'un dossier de financement.
- Définir les besoins humains et financier de son projet.
- Réaliser les visuels : wirefram, parcours utilisateurs.
- Rédiger une présentation courte (pitch + support visuel) et "pitcher" devant les autres stagiaires.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 38101

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

S'initier aux outils de création et de gestion.  
Comprendre et maîtriser les nouvelles écritures et la production et le marketing du transmédia.  
Découvrir les nouveaux modèles économiques et l'usage du crowd-funding.

### PRÉREQUIS

Avoir déjà monté des projets de transmédia storytelling ou avoir suivi la formation "Découvrir le transmédia storytelling".

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, journalistes, community managers, auteurs, créateurs hybrides.

Code Dokelio : 040449

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exposés théoriques et exercices pratiques – application des connaissances par une mise en situation.

## SESSIONS

Paris  
3 avril 2019  
15 novembre 2019

# Du Storytelling au Storyliving : immersion et rupture par la narration sensorielle

Apporter une narration sensorielle à sa communication.

## PROGRAMME

### S'orienter sur la cartographie des tendances sociétales : unicité, quête de vrai et de sens, besoin de lien, ultra-personnalisation...

### Passer du Storytelling au Storyliving : l'histoire se raconte et se vit !

- Donner du sens à la communication avec les outils de Storytelling.
- Faire vivre l'histoire.
- Comprendre l'importance du son.
- Décoder l'approche du marketing olfactif.
- Jouer sur le visuel pour raconter l'histoire.
- Passer du discours à la preuve : toucher et goûter pour croire.
- Mettre le langage au service de la communication sensorielle.

### Revisiter les codes de la communication avec des histoires personnalisées, immersives

- Communiquer sur la marque et le produit.
- Mettre en narration le produit.
- Intégrer à l'ADN de la marque "une madeleine de Proust".
- Devenir une marque "inspirante".
- Identifier les rôles possibles.
- Transformer le client en narrateur et/ou héros.
- Jouer sur le héros digital et le héros dans la vraie vie.
- Réinventer un lieu qui se vit et se raconte.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38125

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Donner du sens à sa communication.  
Faire vivre son histoire pour répondre à la quête du vrai.  
Créer du lien en révélant la singularité de son univers.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs, responsables et chargés de communication, du marketing, de l'événementiel, publicitaires, créatifs...

Code Dokelio : 058037

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices ponctuels, analyses de cas pour chaque séquence.  
Cas pratiques : à partir d'un brief, bâtir une stratégie narrative expérientielle et sensorielle.

## SESSIONS

Paris  
27-28 juin 2019  
12-13 décembre 2019  
12-13 mars 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Flawsome : valoriser les défauts de sa marque !



Savoir ne pas cacher, mais plutôt mettre en évidence ses défauts, pour valoriser son image. Dans quelles conditions ? Avec quelles précautions ?

## PROGRAMME

### Découvrir le flawsome

- Comprendre comment des défauts peuvent être montrés et valorisés.
- Décrypter des campagnes.
- Déterminer des critères de réussite.

### Déterminer les conditions de faisabilité

- Évaluer la sensibilité des parties prenantes.
- Avoir une vision juste de la réalité factuelle.
- Analyser les points faibles.
- Trouver les mots justes.
- Faire valider la démarche en interne.
- Bâter une check-list pour valider la campagne.

### Mettre en place une démarche de recueil de preuves

- Dimensionner le projet.
- Déterminer l'objectif de volume de données.
- Obtenir l'accord de partenaires.
- Tester la réceptivité des publics.

### Jeu de rôles : tester la faisabilité d'un positionnement

- Se mettre dans la peau d'un opposant.
- Attaquer les points faibles.
- Évaluer la probabilité de telles critiques.
- En tirer les conclusions.
- Prévoir des contre-arguments.

### Mise en pratique

- Sur la base d'un brief fictif, réaliser une démarche flawsome.

## INITIATION

Code : 38121

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Appréhender le flawsome.  
Déterminer des critères de réussite.  
Mettre en oeuvre sa campagne.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 057746

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Mises en pratique, décryptage de campagne.

## SESSIONS

Paris

19 mars 2019  
10 septembre 2019

# Stratégie et plan de communication externe



Élaborer, mettre en oeuvre et piloter une stratégie de communication performante.

## PROGRAMME

### Module 1 : Définir une stratégie de communication performante

- Comprendre les nouveaux enjeux de la communication.
- Auditer la communication de l'entreprise et faire un diagnostic d'image.
- Définir une stratégie de communication pertinente.

### Module 2 : Concevoir et formaliser son plan de communication

- Appliquer une méthodologie en 10 étapes pour élaborer son plan de communication.

### Module 3 : Déployer ses actions et ses moyens de communication

- Mixer les ressources de la communication externe.
- Faire réaliser ses actions de communication et piloter des prestataires.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 38000

- 🕒 6 jours | 42 heures
- 💰 Prix HT : 2 990 €

### OBJECTIFS

Comprendre les nouveaux enjeux de la communication.  
Auditer et faire un diagnostic de la communication.  
Définir une stratégie de communication.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication prenant leur fonction ou souhaitant prendre du recul sur leur métier.

Code Dokelio : 031481

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cette formation très opérationnelle donne la méthodologie et les outils pour mettre en oeuvre une communication externe performante.

## SESSIONS

### Session 1

25-26 février 2019  
25-26 mars 2019  
25-26 avril 2019

### Session 2

9-10 mai 2019  
11-12 juin 2019  
11-12 juillet 2019

### Session 3

12-13 septembre 2019  
10-11 octobre 2019  
12-13 novembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Gérer son projet de communication et de relations presse

Mettre en œuvre un projet de communication et de relations presse.

## PROGRAMME

### Mettre en œuvre ses actions de communication et de relations de presse

- Rappel des grandes étapes de la stratégie : élaboration du message central, ciblage média, planning.
- Formaliser son plan de communication pour en faire un outil de pilotage.
- Maîtriser les outils et moyens de communication interne et externe.

### Gérer son projet

- Élaborer ses outils de suivi, tableaux de bord.
- Gérer les risques du projet.
- Manager les délais du projet.
- Déterminer les coûts de son projet : de l'estimation à la budgétisation.

## INITIATION

Code : 33027

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 400 €

## SESSIONS

Paris

27-28 mai 2019

24-25 octobre 2019

### OBJECTIFS

Formaliser son plan de communication.  
Élaborer ses outils de suivi.  
Gérer son projet.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à mettre en place un projet de communication et de relations presse.

Code Dokelio : 040453

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Travail en groupe, coconstruction des outils de suivi.

# Élaborer sa stratégie de communication institutionnelle

Engager l'entreprise dans le champ de la citoyenneté.

## PROGRAMME

### Comprendre les enjeux et les principes de la communication institutionnelle

- Définir une communication globale pour soutenir les communications opérationnelles.
- Développer le capital immatériel de l'entreprise.
- Trouver l'adéquation entre les valeurs de l'entreprise et les attentes sociétales.

### Définir l'identité institutionnelle ou corporate

- Définir des valeurs cohérentes avec l'identité et porteuses de sens.
- Définir le prisme d'identité de l'entreprise ou de l'institution.
- Choisir un positionnement clair et différenciant et l'exprimer.
- Définir des attributs d'image et choisir un territoire d'image voulue, crédible et différenciant.

### Concevoir un référentiel d'identité différentiel

- Traduire l'image voulue dans le ton et le style de ses communications.
- Choisir un code typographique, iconographique et sémantique.
- Formaliser l'ensemble de ces outils dans un référentiel d'identité.

### Mettre en place une stratégie de communication institutionnelle

- Qualifier les parties prenantes de l'entreprise.
- Connaître les principaux moyens de la communication institutionnelle.
- Développer la communication de proximité et dialoguer.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38018

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 310 €

## SESSIONS

Paris

15-16 avril 2019

7-8 octobre 2019

### OBJECTIFS

Définir une identité corporate et une image de marque forte.  
Concevoir une stratégie de communication institutionnelle différenciante.  
Choisir et utiliser les moyens pour développer visibilité et notoriété, image et réputation.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication externe.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication d'entreprise, de collectivités territoriales et locales, d'association, d'organismes consulaires.

Code Dokelio : 031502

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Une approche méthodologique, outillée et pragmatique immédiatement transposable.

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# NUDGE & RSE : comment emporter l'adhésion en interne ?



Le Nudge appliqué à la RSE et au Développement Durable.

## PROGRAMME

### Qu'est-ce que le Nudge ?

- Sa définition.
- Son histoire.
- Ses domaines d'application.
- Exemples de dispositifs Nudge.

### Comment créer un Nudge ?

- Découvrir l'état d'esprit Nudge.
- Se familiariser avec la mécanique Nudge.
- Maîtriser la méthodologie spécifique Nudge.
- Créer ses premiers dispositifs Nudge à partir d'un cas concret.

### Workshop Nudge

- Brief client sur problématique réelle.
- Analyser le brief / Rédaction du brief créatif Nudge.
- Réaliser une étude terrain / Rechercher les biais cognitifs.

- Répondre aux problématiques via des leviers décisionnels de type Nudge.
- Sélectionner les dispositifs Nudge selon leur efficacité.
- Présenter sa sélection de dispositifs Nudge.
- Débrief client pour chaque groupe.

## INITIATION

Code : 38104

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 430 €

### OBJECTIFS

Cerner la mécanique Nudge et ses différents domaines d'application. Répondre aux problématiques de changement de comportements avec plus d'efficacité. Poser le cadre d'une démarche Nudge, de l'étude exploratoire à la création de dispositifs Nudge.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code Dokelio : 040455

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Formation-action permettant de s'immerger rapidement dans la méthodologie de création de solutions Nudge, de découvrir et d'apprendre le Nudge à l'aide d'un outil original et ludique : le NUDGE MAKER®.

## SESSIONS

Paris

8-9 avril 2019

14-15 novembre 2019

Lyon

26-27 septembre 2019

En partenariat avec



# Réussir sa communication RSE

NEW

Présenter les arguments de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, RSE.

## PROGRAMME

### Analyser le contexte de la communication et de la RSE

- Comprendre les contraintes de la communication RSE.
- Découvrir les dernières évolutions de la communication.
- Analyser des études sur la confiance dans la communication.

### Comprendre l'accusation de greenwashing

- Examiner des campagnes de communication : greenwashing ou pas ?
- Jeu de rôles : "Et si j'étais Greenpeace...".

### Identifier et dialoguer avec ses parties prenantes

- S'initier au dialogue.
- Poser les bonnes questions pour ne pas introduire "trop" de biais.
- Construire son positionnement.
- Choisir des axes de communication cohérents.

### Communiquer sur la RSE en interne

- Lister les différentes parties prenantes internes.
- Identifier ses objectifs RH.
- Tester des arguments sur un public interne.

### Construire des supports de communication adaptés

- S'inspirer de campagnes.
- Mettre en pratique les acquis de la journée.

## INITIATION

Code : 38122

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Élaborer une stratégie de communication RSE. Comprendre et éviter le greenwashing. Adapter les messages aux publics.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables RSE, RH, responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 057742

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

18 mars 2019

9 septembre 2019

18 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Réussir son événement

Maîtriser les étapes clés pour concevoir et mettre en œuvre un événement impactant.

## PROGRAMME

### Concevoir et préparer une action de communication événementielle

- Analyser le besoin et identifier les messages à scénariser dans l'évènement.
- Définir l'objectif principal et les objectifs secondaires.
- Identifier et qualifier les publics cibles concernés.
- Favoriser la créativité du cahier des charges.
- Concevoir un événement éco-responsable.

### Apprendre à piloter la réalisation d'un événement

- Élaborer le plan masse.
- Créer et faire vivre une équipe projet.
- Définir les étapes clés de l'organisation de l'évènement.

## Maîtriser les outils

- Réaliser un conducteur de montage, une conduite d'exploration et un book des infographies.
- L'évaluation à chaud et à froid.
- Définir des indicateurs de résultats et définir les modalités d'évaluation.

## Faire connaître l'évènement

- Élaborer le plan de communication.
- Faire parrainer son événement.
- Communiquer avec les médias et relayer l'évènement.

## Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38024

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 310 €

## OBJECTIFS

Maîtriser toutes les clés de la communication événementielle. Concevoir et préparer une action de communication événementielle. Utiliser les outils nécessaires pour bien budgéter, gérer, piloter et évaluer la réalisation d'un événement.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication. Toute personne en charge d'actions de communication événementielle.

Code Dokelio : 031669

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

15-16 mai 2019  
14-15 octobre 2019

En partenariat avec



# Créer et animer son comité éthique pour une communication apaisée

Démêner les sujets sensibles en impliquant ses publics.

## PROGRAMME

### Découvrir les bénéfices d'un comité éthique

- Partager une culture commune.
- Transformer les conflits binaires en questions nuancées.

### Retour d'expérience

- Découvrir la genèse, la mise en place et les premiers pas d'un comité éthique.

### S'interroger sur les limites du comité éthique

- Communiquer sur son comité éthique ?
- Renforcer la confiance ou donner des arguments à ses opposants ?

### Composer son comité éthique

- Nommer, élire ou faire appel au volontariat ?
- Se limiter à des acteurs internes ou ouvrir à l'externe ?
- Former et accompagner les membres du comité.
- Définir les responsabilités et les règles de fonctionnement.

## Animer son comité éthique

- Définir une fréquence de réunions.
- Mettre en place une démarche d'évaluation.
- Faire le lien avec les autres instances.

## INITIATION

Code : 38123

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

## OBJECTIFS

Comprendre les bénéfices d'un comité éthique. Mettre en place un comité éthique. Animer son comité éthique.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant mettre en place un comité éthique. Chargés de communication interne.

Code Dokelio : 057839

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

21 mars 2019  
12 septembre 2019

NEW

# Communication d'influence et lobbying

Acquérir une méthode pour mettre en place une stratégie de communication d'influence.

## PROGRAMME

### Mesurer les enjeux d'une communication d'influence

- Définition et objectifs du lobbying.
- Qui influence qui ?
- Les moyens et les finalités de l'influence.
- Lobbying direct/indirect.
- Lier influence et information.
- Construire un réseau de relations, utiliser les médias.
- L'importance des réseaux comme relais d'influence.

### Mettre en place une stratégie de communication d'influence

- Bâter une stratégie d'influence.
- Construire sa démarche.
- Mettre en place une veille efficace.
- Identifier et cartographier ses parties prenantes.
- Nouer des alliances.
- Définir les rôles et les missions du lobbyiste et de son équipe.
- Déterminer ses cibles et ses argumentaires.
- Évaluer ses coûts.

### Développer une communication d'influence dans la relation

- Le jeu des étiquettes : "suiveur/leader", "passé/futur", "sauveur/sans cœur".
- Rôle, cadre, règles, loi, éthique : les points non négociables.
- Les protocoles d'argumentation : forme puis fond, cadre puis contenu.
- Les techniques de rhétorique et de dialectique, le principe de légitime réponse.
- Humour, créativité, distance dans la relation.
- Anticipation des pièges et "attaques".

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38106

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Mesurer les enjeux d'une communication d'influence. Mettre en place une stratégie de communication d'influence. Développer une communication d'influence dans la relation.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, cadres de la fonction publique.

Code Dokelio : 041841

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Études d'exemples, mises en situation face caméra et débriefes.

## SESSIONS

Paris

28-29 avril 2019  
9-10 mai 2019  
9-10 octobre 2019  
3-4 février 2020

# Construire des actions de E-lobbying éthiques et efficaces

Inscrire le e-lobbying dans sa stratégie de lobbying.

## PROGRAMME

### Définir le lobbying et le e-lobbying

- Définir le cadre de l'e-lobbying.
- Maîtriser les règles de la communication d'influence online.

### Mesurer les enjeux d'une communication d'influence

- Lobbying direct/indirect.
- Lier influence et information.
- L'importance des réseaux comme relais d'influence.
- Identifier et cartographier ses parties prenantes.

### Mettre en place une communication d'influence online

- Construire sa démarche.
- Le web et l'influence dans le contexte d'un lobbying éthique.
- Mettre en place une veille efficace.
- Le référencement naturel.
- Le web conversationnel.

### Influencer sur Internet, sur les médias sociaux : le e-lobbying

- Sensibiliser en interne pour agir efficacement par la suite.

- Mettre en place une véritable stratégie de e-lobbying identifiée et évaluée.
- Adopter les codes et les valeurs du net.
- Agir clairement, avec éthique.
- Consacrer des moyens humains et matériels.
- Identifier les bons réseaux pour toucher ses parties prenantes.
- Atteindre des acteurs influents : des relais et leaders d'opinion.
- Mobiliser des groupes spécifiques.
- Faire émerger sa cause dans la société.
- Prendre son temps pour connaître et convaincre.
- Analyser une stratégie et une communication d'influence.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 38034

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 430 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les règles du e-lobbying. Mettre en place une stratégie d'influence online. Influencer sur les réseaux sociaux.

### PRÉREQUIS

Avoir des bases solides en communication d'influence et en lobbying ou avoir suivi la formation "Communication d'influence et lobbying". Avoir un besoin exprimé pour travailler sur des cas réels importants.

### PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs généraux et directeurs opérationnels. Directeurs et responsables des relations extérieures, des affaires publiques. Directeurs, responsables et chargés de communication agissant dans le domaine de l'influence.

Code Dokelio : 031501

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'application et études de cas. Travail sur des cas réels amenés par les participants.

## SESSIONS

Paris

9-10 mai 2019  
7-8 octobre 2019  
3-4 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Gérer des projets de sponsoring, mécénat, partenariat

Améliorer l'image de son entreprise en intégrant des actions à enjeux sociaux et sociétaux dans sa stratégie de communication.

## PROGRAMME

### Définir le périmètre d'action d'un partenariat

- Définir l'exclusivité et la non-concurrence.
- Gérer les aspects pratiques de la mise en œuvre de l'objet du partenariat.
- Définir les modalités pratiques et juridiques de la conduite du projet.
- Encadrer son partenariat : bien prévoir l'avant et l'après.

### Gérer des actions de sponsoring et de mécénat

- Identifier l'objectif du sponsoring : mettre en avant une marque, un produit.
- Définir l'objectif du mécénat : mettre en avant les valeurs de l'entreprise.
- Différencier la valeur ajoutée du mécénat et du sponsoring.
- Respecter le cadre légal du mécénat et celui du sponsoring.

- Identifier les actions complémentaires, parties intégrantes d'une stratégie globale de communication.
- Associer sponsoring, mécénat, partenariat et stratégie de communication globale.
- Choisir une action de mécénat ou de sponsoring en fonction de ses objectifs de communication.
- Mettre en place une stratégie médias autour de ses actions de communication.
- Identifier les spécificités d'une action de sponsoring.
- Gérer ses actions de mécénat.

## INITIATION

Code : 38053

🕒 3 jours | 21 heures

💰 Prix HT : 1 800 €

### OBJECTIFS

Définir le périmètre d'action d'un partenariat.  
Respecter le cadre légal.  
Déterminer la stratégie médias.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication externe.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à gérer un projet de sponsoring, de mécénat ou de partenariat.

Responsables de communication.

**Code Dokelio : 031678**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices d'application sur les aspects juridiques et budgétaires, études de cas sur la mise en œuvre des actions de sponsoring, de mécénat et de partenariat.

## SESSIONS

Paris

11 au 13 mars 2019

25 au 27 novembre 2019

# Développer et entretenir son réseau

Constituer et développer son réseau professionnel.

## PROGRAMME

### Développer son réseau professionnel

- Pourquoi développer un réseau ?
- À l'intérieur de l'entreprise : identifier les personnes ressources en interne et créer son réseau de contributeurs.
- En dehors de l'entreprise : identifier des pairs et les partenaires.

### Développer, gérer et entretenir un fichier presse

- Reprise d'un fichier presse pour l'étoffer.

### Identifier et créer des partenariats avec les influenceurs

- En amont de la campagne...
- Identifier les besoins et objectifs.
- Identifier les attentes des influenceurs.
- Identifier les influenceurs.
- Ne pas confondre audience et influence.
- Prendre contact avec les influenceurs : choisir le bon canal et donner envie.
- Collaborer avec les influenceurs.

- Cadrer ses attentes.
- S'appuyer sur les talents de l'influenceur.
- Construire une relation sur la durée.
- Amplifier les contenus pertinents.

### Pratiquer une veille efficace

- Connaître les outils de veille et de curation.
- Mettre en place une veille sur les réseaux sociaux.
- Rationnaliser sa veille.

## INITIATION

Code : 38105

🕒 1 jour | 7 heures

💰 Prix HT : 800 €

### OBJECTIFS

Développer son réseau professionnel.  
Développer son fichier presse.  
Travailler avec des influenceurs.  
Optimiser sa veille.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication et des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Chargés de communication et de relations presse.

**Code Dokelio : 040457**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Ateliers LinkedIn, Twitter.

## SESSIONS

Paris

8 février 2019

23 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Piloter la performance de sa communication

Indicateurs et tableaux de bord pour assurer le retour sur investissement et évaluer ses actions de communication.

## PROGRAMME

### Faire de l'évaluation une démarche à valeur ajoutée

- Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables.
- Définir et normaliser les indicateurs de pilotage, de résultat et de performance.
- Organiser la remontée des informations et interpréter les données.

### Choisir les méthodes d'évaluation adaptées

- Utiliser les sondages et les baromètres.
- Piloter les deux grands types d'enquêtes : qualitatives et quantitatives.
- Maîtriser les mesures d'impact.
- Les indicateurs de volume.

## Concevoir un tableau de bord pertinent

- Choisir les indicateurs clés de pilotage, de résultat et d'alerte.
- Établir ses ratios de productivité.
- Exploiter efficacement son tableau de bord.
- Pilotage et management.
- Analyse coût/valeur.

## Piloter l'évaluation des différents domaines de communication

- La communication corporate et l'image de marque de l'entreprise.
- Les relations presse.
- Le parrainage et mécénat.
- L'événementiel et les relations publiques.
- La communication interne.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38006

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Savoir mesurer le retour sur investissement de ses actions de communication.  
Définir des indicateurs fiables de résultat et choisir des méthodes d'évaluation adaptées.  
Construire un tableau de bord pertinent et l'adapter aux différents domaines de la communication externe.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.  
Être en charge du suivi d'actions de communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 031666

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

4-5 juin 2019  
14-15 novembre 2019

En partenariat avec



# Animer sa communauté sur Yammer

Développer et animer une communauté interne.

## PROGRAMME

### Connaître les fondamentaux de Yammer

- Découvrir les fonctionnalités d'un outil collaboratif interne riche.
- Mieux comprendre l'utilisation des groupes.
- S'exprimer sur Yammer.
- Les @ et les # ? Quel ton ? Quelle fréquence ? Que peut-on publier ?
- La charte d'utilisation des médias sociaux.

### Construire, développer et animer une communauté sur Yammer

- Mesurer l'importance des communautés sur Yammer.
- Définir sa stratégie communautaire.
- Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
- Animer sa communauté.
- Piloter son image au sein des communautés.

### Identifier ses collègues et ambassadeurs, les solliciter et les amener à l'action

- Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté.
- Faire des membres existants des relais d'information.
- Veiller à la qualité des réponses et relancer la discussion.
- Faire respecter les règles éthiques de la communauté.
- Sensibiliser l'entreprise et évangéliser les collaborateurs.
- Gestion de la crise en temps réel

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 37109

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 800 €

### OBJECTIFS

Produire une charte d'utilisation.  
Animer sa communauté.  
Gérer une crise.

### PRÉREQUIS

Utiliser Yammer, connaître les fondamentaux de la communication interne et du community management.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne devant animer une communauté interne sur Yammer.

Code Dokelio : 040406

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Mise en situation.

## SESSIONS

Paris

27 mars 2019  
20 novembre 2019  
27 mars 2020

Lyon

27 mars 2019  
20 novembre 2019



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Gérer une crise

Comprendre les mécanismes de la crise.



## PROGRAMME

### Bâtit et recenser les risques potentiels de crise

- Identifier les mécanismes d'une crise.
- Identifier et recenser les risques.
- Constituer une cellule de crise pour définir un plan média.
- Mettre en place un plan d'action.
- Préparer les éléments de langage.

### Mettre en place une stratégie de relations presse

- Exercer son droit de réponse.
- Mettre en place un plan d'action lorsqu'une information est dénaturée.
- Entraîner les porte-parole à rencontrer les médias.

### Connaître les enjeux des communautés en ligne

- Surveiller les communautés.
- Cartographier les communautés en ligne et les espaces participatifs.
- Réduire les risques de la crise sur les réseaux sociaux.

### Distinguer les cas de vraies crises des autres cas

- Repérer les sources de départ potentiel de crise.
- Éviter l'emballement communautaire.

### Gérer la crise sur les réseaux sociaux

- S'armer d'outils permettant d'être réactif.
- Adapter la réponse au contexte et à la communauté.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38097

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 400 €

### OBJECTIFS

Mettre en place une stratégie de relations presse.  
Gérer la crise sur les réseaux sociaux.  
Sensibiliser les dirigeants à la crise.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication et des médias sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, community managers, social media managers.

Code Dokelio : 031921

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices pratiques et études de cas.

## SESSIONS

### Paris

25-26 mars 2019  
17-18 juin 2019  
9-10 décembre 2019  
26-27 mars 2020

### Nantes

25-26 mars 2019  
9-10 décembre 2019

# S'entraîner à la gestion de crise

Gérer efficacement une crise.

## PROGRAMME

### Gérer une crise

- Exposé synthétique des fondamentaux de la gestion et de la communication de crise.
- Études de cas apportées par les stagiaires de préférence ou à défaut par le formateur.
- Exercice de crise : sur la base d'un scénario précis, l'équipe des participants se transforme en cellule de crise.
- Debriefing.

### Les caractéristiques psychologiques des équipes

- Les caractéristiques psychologiques des équipes en crise.
- La crise et la courbe du deuil : les profils psychologiques à l'épreuve de la crise et du stress.
- La sortie de crise et le maniement des symboles : la crise comme opportunité pour souder les équipes... si on s'en donne les moyens.

- Travail autour de situations vécues apportées par les participants à l'aide de séances de codéveloppement managérial.

### Média-training de crise

- Entraînement à la communication verbale et non verbale à partir de situations vécues (où potentielles), de la part de chacun des stagiaires.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 38017

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 400 €

### OBJECTIFS

Comprendre les caractéristiques psychologiques des équipes face à une crise.  
Gérer une crise.  
Prendre la parole en période de crise.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la gestion de crise.  
Avoir suivi la formation "Gérer une crise".

### PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs généraux, directeurs opérationnels. Directeurs, responsables et chargés de communication, DRH.

Code Dokelio : 031486

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mise en situation au sein de la newsroom et training face caméra.  
Entraînement à la communication verbale et non verbale à partir de situations vécues (où potentielles), de la part de chacun des stagiaires.

## SESSIONS

### Paris

29-30 avril 2019  
1<sup>er</sup>-2 juillet 2019  
7-8 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Optimiser sa communication interne

Concevoir et piloter de nouveaux dispositifs de communication pour renforcer l'identité, recréer du lien et renforcer la cohésion interne.



## INITIATION

Code : 38001

🕒 4 jours | 28 heures

💰 Prix HT : 2 250 €

## PROGRAMME

### MODULE 1

#### Faire évoluer son dispositif de communication interne

##### Auditer la communication interne de l'entreprise

- Identifier sa culture d'entreprise et ses pratiques de communication.
- Recenser l'ensemble des moyens de communication.
- Identifier les sources, les circuits, les délais, les fréquences.
- Évaluer la performance des outils.
- Recueillir les attentes et les besoins des collaborateurs.
- Distinguer les problématiques d'organisation, de management et de communication.

##### Identifier les nouveaux enjeux de communication interne

- L'impact du collaboratif et de l'interactif, la fin du top-down.
- Le salarié "média" et producteur d'informations.
- L'impact du digital et le risque de fracture numérique.
- Les nouvelles générations (Y,X) et leurs attentes.
- La porosité entre communication interne et externe.

#### Concevoir un nouveau dispositif de communication

- Repositionner le rôle et la fonction communication interne.
- Concevoir la nouvelle architecture de communication : écouter, dire, faire ensemble.
- Créer de nouveaux outils, faire évoluer l'existant.
- Supprimer les outils redondants ou inefficaces.
- Définir une stratégie relationnelle avec ses publics internes.
- Organiser ou réorganiser le service de communication.

### MODULE 2

#### Mettre en œuvre sa nouvelle communication interne

##### Concevoir le plan de communication et les programmes d'action

- Définir les thèmes et les actions de communication.
- Segmenter les cibles, définir les objectifs et choisir les moyens.
- Élaborer les outils de pilotage et d'évaluation : indicateurs de pilotage et de résultats.
- Définir les budgets.
- Formaliser son plan de communication.
- Élaborer des briefs efficaces.

#### Maîtriser les outils de communication pour motiver en interne

- Concevoir et animer des publications internes print et digital.
- Renforcer l'interactivité de son intranet et optimiser ses contenus.
- Développer une communication collaborative avec les réseaux sociaux internes.
- Connaître les nouveaux outils : Cooc, Datavisualisation, applications mobiles.
- Mettre en œuvre des dispositifs d'écoute.
- Concevoir et faire vivre des dispositifs d'échange, de dialogue et de participation.

## OBJECTIFS

Auditer la communication interne de l'entreprise.  
Repérer tous les leviers d'optimisation.  
Concevoir un nouveau dispositif de communication.  
Concevoir le plan de communication et les plans d'action d'un nouveau dispositif de communication.

## PRÉREQUIS

Être en charge d'actions de communication interne.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication interne, DRH.

Code Dokelio : 031801

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

18-19 avril 2019  
20-21 mai 2019

#### Session 2

16-17 septembre 2019  
21-22 octobre 2019

#### Session 3

4-5 novembre 2019  
9-10 décembre 2019

En partenariat avec



## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Renforcer l'interactivité de sa communication interne

Animer des dispositifs interactifs pour renforcer la cohésion interne.

## PROGRAMME

### Identifier et évaluer les dispositifs d'échange existants

- Recenser les ressources de communication interne.
- Évaluer leur potentiel d'interactivité.
- Optimiser l'interactivité des ressources existantes.

### Renforcer l'interactivité avec les ressources du digital

- Renforcer l'interactivité du digital interne.
- Développer les réseaux sociaux d'entreprise.
- Créer des communautés de métiers.
- Mettre en place un dispositif d'accompagnement.

### Concevoir ses actions de relations publiques internes

- Identifier les actions de relations publiques internes.
- Choisir les actions les plus pertinentes pour son entreprise.

## Développer la communication événementielle en interne

- Le digital au service de l'événement interne.
- Intégrer l'intelligence collective dans les événements internes.
- Définir des indicateurs de résultats et évaluer le retour sur investissement.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38045

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 310 €

## OBJECTIFS

Identifier et évaluer les dispositifs d'échanges existants.  
Concevoir et développer des actions de relations publiques internes.  
Développer une communication événementielle et l'interactivité de l'intranet.

## PRÉREQUIS

Connaître les bases de la communication interne.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication interne, DRH.

Code Dokelio : 031834

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

Paris

- 18-19 mars 2019
- 24-25 juin 2019
- 12-13 novembre 2019

En partenariat avec



# Optimiser son journal interne

Acquérir une méthode pour améliorer la qualité de sa publication print ou web.

## PROGRAMME

### Élaborer la charte rédactionnelle

- Affirmer les objectifs poursuivis par le journal interne.
- Déterminer un rubricage cohérent.

### Améliorer la mise en scène de l'information

- Maîtriser les clés d'une maquette réussie.
- Appréhender les techniques de l'editing.

### Rédiger des titres efficaces

- Les techniques de création de titres.
- Enrichir ses titres.
- Tonifier le style de son journal interne.

### Déterminer l'angle d'un article et s'y tenir

- Le choix du plan selon le sujet et la cible.
- Donner du nerf à ses articles.

## Optimiser les étapes de réécriture et de relecture

- Respecter le contenu.
- Les qualités rédactionnelles et typographiques.

## Concevoir une couverture efficace

- Logo, couleur, titre, image.
- Les règles de visibilité et d'accroche.

## Les informations transposables sur l'intranet

- Maîtriser les techniques d'écriture sur le web.
- La complémentarité print/web.

## Mettre en œuvre la refonte de son journal interne

- Changer la formule d'un journal.
- Mettre en place pour une évaluation efficace.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38008

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 850 €

## OBJECTIFS

Élaborer et évaluer la charte rédactionnelle et graphique d'un journal.  
Améliorer un editing, un circuit de copie.  
Connaître les étapes pour modifier une formule.  
Maîtriser la complémentarité papier/web.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication interne.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à réaliser une publication d'entreprise, d'institution, de collectivité, d'association.

Code Dokelio : 031837

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

- 10 au 12 juillet 2019
- 9 au 11 décembre 2019
- 11 au 13 mars 2020

## \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 23/03/2019  
Le 18/10/2019  
Le 27/03/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Découvrir les enjeux liés au réseau social d'entreprise

Mettre en œuvre son réseau social d'entreprise.

## PROGRAMME

### Community manager externe/interne

- Les différences.
- Les champs d'application.
- Le community management appliqué aux enjeux internes d'une entreprise.

### Définir une stratégie de community management interne

- Identifier les besoins.
- Définir des objectifs et une tactique.
- Avec ou sans plateforme dédiée ?
- Le déploiement.

### Choisir son environnement technique

- Intranet 2.0, RSE...
- Incidences sur l'organisation et l'actualisation du contenu.
- Définir les objectifs et besoins humains, matériels et financiers.
- Cahier des charges, développement, sous-traitance à des partenaires.

### Animer un intranet ou un réseau social interne

- Créer des communautés.
- Capitaliser et partager les meilleures pratiques.
- Organiser des événements communautaires.
- Développer la communication et la collaboration entre les salariés.

## INITIATION

Code : 37040

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 350 €

### OBJECTIFS

Définir une stratégie de community management interne.  
Choisir son environnement technique.  
Animer sa communauté.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse à tout communicant chargé de réfléchir à la mise en œuvre ou à la refonte d'un réseau social interne.

**Code Dokelio : 030118**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices pratiques et études de cas

## SESSIONS

Paris

28-29 mars 2019  
10-11 septembre 2019  
25-26 mars 2020

# Devenir un prestataire en communication

## PROGRAMME

### Adopter une posture de conseil, d'expert

- Définir la nature de ses prestations.
- Être force de préconisation.

### Qualifier un besoin de communication, de conseil

- Savoir lire un brief.
- Réaliser une matrice d'entretien : structurer ses interviews "client" interne ou externe pour décrocher une mission.
- Concevoir une solution à valeur ajoutée.
- Apporter la bonne réponse : étude, audit, conseil, conception de solution.

### Accompagner les équipes internes

- Concevoir des fiches projets.
- Proposer des ressources en interne.
- Faire des bilans des actions menées.
- Accompagner les équipes internes et ses dirigeants dans la prise de parole : média-training.

## INITIATION

Code : 38096

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 400 €

### OBJECTIFS

Être force de proposition.  
Concevoir une solution à valeur ajoutée.  
Réaliser une matrice d'entretien.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Chargés de communication.

**Code Dokelio : 040456**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

27-28 février 2019  
20-21 novembre 2019  
27-28 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Réaliser l'action de communication avec un prestataire

Processer sa relation avec un prestataire.

## PROGRAMME

### Rédiger son cahier des charges

- L'introduction au problème posé.
- L'expression fonctionnelle du besoin.
- Les solutions proposées pour répondre à ce besoin.
- Les outils au service du concepteur : la bête à cornes, le diagramme pieuvre.
- Rédiger un cahier des charges fonctionnel.

### Élaborer de tableaux de bord, outil de suivi

- Atelier de coconstruction.

### Sélectionner son prestataire

- Objectifs de l'action de communication.
- Les questions à se poser avant d'agir.

- Mettre en place les process avec son prestataire.

- Activité : concevoir une grille multicritère pour sélectionner son prestataire.

### Recetter un livrable

- Processer son échange.
- Établir le procès-verbal de recette.

## INITIATION

Code : 38095

🕒 1 jour | 7 heures

💰 Prix HT : 800 €

### OBJECTIFS

Sélectionner son prestataire.  
Rédiger son cahier des charges.  
Processer ses échanges avec le prestataire.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à réaliser des actions de communication et à travailler avec un prestataire.

**Code Dokelio : 040454**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Coconstruction des outils à partir d'un cas.

## SESSIONS

Paris

10 avril 2019

30 septembre 2019

# Communiquer avec les élus locaux

Mettre en œuvre une stratégie d'influence éthique pour valoriser son entreprise.

## PROGRAMME

### Identifier les enjeux de la relation avec les élus

- Identifier la sphère d'influence de l' élu.
- Comprendre le mode de fonctionnement d'un élu.
- Connaître le fonctionnement des collectivités locales.
- Connaître les domaines d'intervention des différentes collectivités locales.
- Différencier les mandats électoraux.
- Connaître les règles du protocole.

### Comprendre les mécanismes de la communication d'influence

- Analyser une situation critique et ses enjeux.
- Évaluer ses forces et ses faiblesses en communication.
- Qualifier la nature de la relation établie entre l'entreprise ou l'organisation et les élus.
- Cartographier la position des élus par rapport à son institution.
- Identifier la perception et l'opinion de l' élu.

### Définir un plan de communication éthique et convaincant

- Définir des objectifs cohérents avec la logique d'action des élus.
- Formaliser le plan d'action pour créer des liens, améliorer la perception, faire évoluer l'opinion, initier ou renforcer des partenariats.
- Maîtriser la hiérarchisation des messages et le langage des faits.
- Présenter son institution.
- Rédiger un courrier à un élu.
- Savoir entretenir de bonnes relations.

## INITIATION

Code : 38025

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1 310 €

### OBJECTIFS

Acquérir les fondamentaux de la communication avec les élus pour valoriser son entreprise auprès d'eux.

Comprendre les enjeux de la relation avec les élus.  
Identifier des élus et qualifier la nature de leurs relations avec une entreprise.  
Définir des objectifs cohérents et un plan d'action pertinent.

### PRÉREQUIS

Être amené à communiquer auprès des élus ou à renforcer des partenariats.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication. Directeurs de site.

**Code Dokelio : 31683**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

Paris

29-30 avril 2019

7-8 novembre 2019

En partenariat avec



### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 01/02/2019  
Le 19/07/2019  
Le 21/02/2020  
Tarif HT : 120 € HT  
Durée : 1 h 30

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# RELATIONS MÉDIAS

## SOMMAIRE

Élaborer et piloter une stratégie de relations presse	<b>page 215</b>
Appliquer le storytelling à ses relations presse	<b>page 215</b>
Définir sa communication avec les médias	<b>page 216</b>
Développer ses relations presse sur le web	<b>page 216</b>
Communiquer avec les médias	<b>page 217</b>
Usages et pratiques des médias locaux et régionaux	<b>page 218</b>
S'initier au journalisme	<b>page 218</b>
S'initier au journalisme TV	<b>page 219</b>
S'initier au journalisme radio	<b>page 219</b>
Réaliser des dossiers de presse	<b>page 220</b>
Réussir un point-presse et une conférence de presse	<b>page 220</b>
Être interviewé par les journalistes	<b>page 221</b>
Optimiser ses relations presse	<b>page 221</b>
Les relations presse à l'ère du digital	<b>page 223</b>
Maîtriser ses relations avec les médias en période de crise	<b>page 223</b>

# Élaborer et piloter une stratégie de relations presse



Acquérir la méthodologie et les outils pratiques pour mener à bien une stratégie de relations presse digitale.

## PROGRAMME

### Connaître les codes et les pratiques des journalistes sur Internet

- Une nouvelle manière d'aborder l'information.
- Les journalistes ont intégré les réseaux sociaux comme un outil professionnel.
- Savoir contacter les journalistes.
- Blogueurs et journalistes : des valeurs différentes.
- Les relations avec les influenceurs.

### Définir une stratégie de relations avec les médias

- Pourquoi, quand, comment et sur quoi communiquer ?
- Piloter son tableau de bord e-RP.
- Établir des relations professionnelles de confiance.
- Gérer son fichier et le mettre à jour.

### Choisir ses contenus pour les relations presse digitale

- Immersion dans une newsroom : méthodes et bonnes pratiques.
- Rédiger un communiqué de presse interactif.
- Utiliser des outils de mise en scène éditoriale.
- Périscope au service de ses e-RP.

### Profiter des jeux d'influence sur le web

- Travailler avec les blogueurs, les médias, les influenceurs.
- Monter des partenariats avec des influenceurs.
- Mesurer les résultats d'une stratégie d'influence.
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie e-RP.

### Cas pratique : construire une stratégie de e-RP pour son entreprise.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 33020

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 490 €

### OBJECTIFS

Mener à bien la stratégie de RP dans son entreprise.  
Travailler avec des influenceurs.  
Utiliser les outils des e-RP.

### PRÉREQUIS

Disposer d'une solide expérience en communication ou en relations presse.  
Les participants sont invités à apporter leurs propres communiqués.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables ou chargés de communication, responsables ou chargés des relations presse, attachés de presse.

Code Dokelio : 031862

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

27-28 mars 2019  
4-5 septembre 2019  
26-27 mars 2020

### Nantes

27-28 mars 2019  
4-5 septembre 2019

# Appliquer le storytelling à ses relations presse

Renforcer l'efficacité de ses relations presse avec les techniques d'écriture narrative.

## PROGRAMME

### Du brief pour les relations presse à l'histoire : sortir des sentiers battus

- Définir le Storytelling.
- Maîtriser les outils opérationnels pour bâtir l'histoire.
- Donner du sens et jouer sur l'émotion.
- Explorer les techniques pour booster sa créativité et trouver des histoires inattendues.
- Passer des "stories" aux sagas pour les journalistes.

### Raconter ses histoires de sorte à capter l'attention des journalistes et des influenceurs : méthodes et outils

- Maîtriser la méthodologie des 5 étapes pour percer dans "l'info-obésité" environnante.
- Tester les 6 clés pour créer des supports imagés et vivants.
- Raconter l'histoire en images.
- Raconter une histoire sur Twitter.

- Transformer les communiqués et les dossiers de presse en appliquant les outils du Storytelling.
- Pitcher les journalistes.

### Influencer et booster la couverture presse : stratégie et dispositifs narratifs innovants

- Structurer l'histoire : crossmedia, transmedia.
- Bâtir des dossiers de presse digitaux.
- Construire le dispositif d'influence et activer les leviers efficaces.
- Miser sur les réseaux sociaux professionnels ou généralistes pour influencer.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33017

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 490 €

### OBJECTIFS

Percer dans l'info-obésité environnante.  
Communiquer en racontant une histoire forte pour captiver et convaincre.  
Amplifier sa couverture presse.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication et des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs, responsables et chargés de communication, directeur, responsables et chargés de relations presse, responsables et chargés de communication digitale...

Code Dokelio : 32046

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Cas pratiques sur des sujets apportés par les participants ou proposés par le formateur.

## SESSIONS

### Paris

3-4 juin 2019  
11-12 septembre 2019  
6-7 février 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Définir sa communication avec les médias

Construire sa communication avec les médias.

## PROGRAMME

### Concevoir une stratégie de communication avec les médias traditionnels et les médias du web

### Gérer ses relations avec les journalistes traditionnels et les journalistes web

- Comprendre les attentes précises des médias en ligne versus les médias dits traditionnels.
- Les journalistes français et les réseaux sociaux.

### Intégrer le numérique dans sa stratégie de relations presse

- Les nouveaux référentiels.
- La diversification des supports.
- La variété des prises de parole.
- Les composantes de la communication digitale : le rich media appliqué à l'éditorial.

## Choisir le bon outil

- La Base de données journalistes et influenceurs.
- Communiqué, dossier, conférence de presse.
- Workshop "Pitcher sa communication presse".
- Découverte du concept de Newsroom.

## INITIATION

Code : 33029

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 400 €

## OBJECTIFS

Gérer ses relations avec les journalistes.  
Intégrer le numérique dans sa stratégie de relations presse.  
Choisir les bons outils de communication.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.

Code Dokelio : 040461

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices d'application.

## SESSIONS

Paris

6-7 février 2019

21-22 octobre 2019

# Développer ses relations presse sur le web

Intégrer les réseaux sociaux à ses relations presse.

BEST OF

## PROGRAMME

### Connaître les évolutions majeures des médias et de la consommation de l'information

- Intégrer les spécificités du web face aux supports traditionnels.
- Comprendre comment fonctionnent les journalistes et les rédactions du web.

### Optimiser l'organisation de ses relations presse grâce à la veille

- Organiser une veille sur les réseaux sociaux.
- Configurer une alerte.
- Rechercher des citations et des retombées sur les réseaux sociaux.

### Connaître les outils de gestion des relations avec les journalistes et les influenceurs en ligne

- Les bonnes pratiques de l'espace presse en ligne.

### Utiliser les réseaux sociaux pour gérer ses relations avec les journalistes et les influenceurs

- Intégrer les spécificités des réseaux
- Connaître les outils de gestion d'un compte RP sur les réseaux sociaux.
- Gérer ses relations avec les journalistes sur Twitter et LinkedIn.
- Adapter un contenu RP aux réseaux sociaux.

### Connaître les bonnes pratiques des relations avec les influenceurs en ligne

- Identifier et nouer des relations avec les influenceurs.
- Connaître les bonnes pratiques d'organisation des événements pour les influenceurs.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33009

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 490 €

## OBJECTIFS

Intégrer les réseaux sociaux à sa stratégie de relations presse.  
Connaître les techniques et les outils digitaux de la relation avec les journalistes.  
Concevoir un contenu efficace pour les réseaux sociaux.

## PRÉREQUIS

Avoir une pratique confirmée des relations presse ou avoir suivi la formation "communiquer avec les médias".

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne travaillant dans un service de presse ou de communication désirent renforcer ses relations presse en ligne.

Code Dokelio : 032053

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

14-15 février 2019

16-17 mai 2019

26-27 juin 2019

29-30 août 2019

12-13 décembre 2019

13-14 février 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Communiquer avec les médias



Connaître le fonctionnement des journalistes et définir une stratégie de relations presse.

## PROGRAMME

### Connaître l'univers des médias et leurs spécificités : Presse écrite, Radio, TV et Internet

- Les sources d'information.
- La presse en ligne.
- Comprendre la presse écrite : situation de la presse, tirage, l'édition print et web : les spécificités.
- Identifier les spécificités de l'audiovisuel.
- Les différentes radios et leur fonctionnement : audiences et heures d'écoute.
- Les différentes télévisions et leur fonctionnement : audiences et heures d'écoute.

### Identifier les attentes et les méthodes de travail des journalistes

- Distinguer les "différents" journalistes.
- Comprendre ce que recherchent les journalistes pour mieux l'intégrer.
- Mesurer l'importance des lois de proximité et de la ligne éditoriale.
- Le travail du journaliste : investiguer, choisir les sources, respecter la déontologie, se positionner dans une rédaction.
- Développer des relations avec les Médias.
- Comprendre et maîtriser la relation avec les journalistes pour préparer une interview et coacher son porte-parole.

### Définir sa stratégie de relations presse

- Mesurer l'importance de la stratégie de communication presse : pourquoi, quand, comment et sur quoi communiquer ?
- Construire une posture de communication.
- Choisir les bons outils : fichier presse, outils digitaux...
- Gérer efficacement la diffusion de ses informations.

### Mettre en œuvre des outils de relations presse adaptés

- Rédiger un communiqué de presse.
- Organiser une conférence de presse et prendre la parole.
- Choisir sa rencontre avec les journalistes : voyage de presse, petit déjeuner...
- Animer un espace presse en ligne.
- Rédiger un dossier de presse et le transmettre.
- Analyser ses retombées dans la presse : outils de mesure, KPI's, coût, efficacité.

### Analyser les raisons qui font "déraper" son acte de communication

- Réagir face à une information tronquée ou dénaturée.
- Gérer des incidents avec la presse et exercice du droit de réponse.
- Être sollicité par un journaliste sur un "incident" que l'on ignore : comment faire face et réagir ?
- Les fondamentaux de la communication de crise.

### Préparer et conduire l'interview de son porte-parole

- Préparer une interview : le choix du message.
- Savoir qualifier la demande du journaliste.
- Gérer l'interview de A à Z.
- Comprendre le "Off The Record".

## INITIATION

Code : 33000

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1 860 €

### OBJECTIFS

Comprendre l'univers des journalistes et leurs attentes. Adapter ses relations presse aux spécificités des médias : presse écrite, radio, télévision, Internet. Définir sa stratégie de relation presse. Choisir des outils de relations presse adaptés.

### PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne travaillant dans un service de presse ou de communication ou désirant comprendre le fonctionnement des médias.

**Code Dokelio : 031855**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mises en situation.

## SESSIONS

### Paris

- 9 au 11 janvier 2019
- 8 au 10 avril 2019
- 12 au 14 juin 2019
- 10 au 12 juillet 2019
- 4 au 6 novembre 2019
- 11 au 13 décembre 2019
- 8 au 10 janvier 2020

### Lyon

- 12 au 14 juin 2019
- 4 au 6 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

## Parcours

### Optimiser ses relations presse

#### Communiquer avec les médias

3 jours  
p. 217

#### Les relations presse à l'ère du digital

3 jours  
p. 223

#### Maîtriser ses relations avec les médias en période de crise

2 jours  
p. 223

# Usages et pratiques des médias locaux et régionaux

Le fonctionnement des médias locaux et régionaux.

## PROGRAMME

### Décrypter le paysage des médias locaux et régionaux

- Mesurer les impacts liés à une forte diversité d'acteurs.
- Les télévisions, les radios locales et la presse locale.
- Panorama de l'information locale sur Internet.

### Connaître les pratiques des médias locaux et régionaux

- Étudier les habitudes de consommation face à l'actualité locale ou régionale.
- Analyser les cibles et leurs attentes.
- Mesurer les enjeux de leur information.

## INITIATION

Code : 33016

- 🕒 1/2 journée | 4 heures
- 💰 Prix HT : 425 €

## SESSIONS

Paris

- 8 février 2019 matin
- 6 septembre 2019 matin

### OBJECTIF

Connaître le fonctionnement des médias locaux et régionaux.

### PRÉREQUIS

Être amené à communiquer avec les médias locaux et régionaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 032043

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices, mises en situation.

# S'initier au journalisme

Connaître l'environnement professionnel des journalistes, leurs outils et leurs méthodes de travail.



## PROGRAMME

### Connaître le rôle et la place des journalistes dans la société

- Définir la différence entre information et communication : mesurer à quel point la frontière est de plus en plus ténue.
- Identifier les cinq étapes du travail du journaliste.
- Comprendre pourquoi le métier de journaliste s'est complexifié.
- À quoi sert le journaliste lorsque tout le monde peut produire sa propre information ?

### Découvrir le fonctionnement d'une rédaction

- Connaître l'organisation d'un média, repérer la place de la rédaction.
- Identifier les différents métiers au sein du journalisme.
- Comprendre le fonctionnement d'une conférence de rédaction.
- Découvrir les circuits de l'information au sein d'un média.
- Les règles de vie dans une rédaction.

- S'intéresser aux gens, manifester un réel intérêt pour leur vie, leurs activités, leurs difficultés.
- Respecter la parole et l'image données par les personnes rencontrées.
- Mesurer l'impact que peut avoir la publication de son article chez ceux qui le lisent.
- Accepter que le journaliste ne soit qu'un maillon dans la fabrication de l'information.
- Gérer la pression.
- Découvrir les règles déontologiques des journalistes.

### La boîte à outils du journaliste: les sources

- Comment les journalistes s'informent-ils pour pouvoir informer ?
- Organiser son suivi de l'actualité.
- Visite d'une rédaction

## INITIATION

Code : 43110

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1 245 €

## SESSIONS

- 11 au 13 février 2019
- 16 au 18 octobre 2019

### OBJECTIFS

Acquérir les compétences journalistiques nécessaires pour produire du contenu sur plusieurs supports. Appliquer une méthodologie rigoureuse au traitement de l'information. Mettre en oeuvre une déontologie dans toute sa démarche journalistique.

### PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes dans le cadre de son activité professionnelle.

Code Dokelio : 024407

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets.

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 75

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# S'initier au journalisme TV

Acquérir une vision globale des méthodes de travail et des compétences mises en œuvre dans l'audiovisuel.

## PROGRAMME

### Découvrir l'environnement télévisuel

- Connaître les particularités du traitement de l'information en télévision.
- Identifier les genres journalistiques en télévision
- Comprendre la notion d'angles, la construction et la préparation d'un sujet.
- Connaître les sources d'information et les principes de travail avec les informateurs.
- Vérifier et valider l'information : les règles incontournables.

### Hiérarchiser l'information

- Connaître la ligne éditoriale de la chaîne pour effectuer une sélection de l'information.
- Appliquer les lois de proximité dans les sujets TV.

## CONSTRUIRE UN REPORTAGE

- Combiner l'image, le son, le commentaire.
- S'initier à la notion d'angle.
- Respecter la commande de la rédaction.

### Renforcer la lisibilité de l'image

- Quelle information ? Quel enrichissement ?
- Découvrir la grammaire des images : lire et interpréter une image.
- Décrypter le pouvoir émotionnel des images.
- Penser à l'accroche et la chute.
- S'initier au rapport texte/image.
- Les pièges à éviter : clichés, jargon, chiffres.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 45038

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1 695 €

## SESSIONS

Paris

8 au 10 avril 2019

4 au 6 novembre 2019

15 au 17 janvier 2020

## OBJECTIFS

Découvrir l'univers du journaliste TV.

Découvrir les différents formats journalistiques en TV.

Se familiariser avec la méthode de travail des journalistes TV.

## PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes de TV dans le cadre de son activité professionnelle.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024409

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets, échanges avec des journalistes TV.

# S'initier au journalisme radio

S'initier aux bases du métier de journaliste radio, du reportage sur le terrain à l'intervention en studio.

## PROGRAMME

### Comprendre le fonctionnement d'une radio

- Identifier les différents métiers de journaliste au micro : présentateur, rédacteur en chef, reporter...
- Comprendre la fonction de la conférence de rédaction.
- Choisir des sujets, sélectionner l'information.
- S'initier à la notion d'angle.
- Comprendre l'importance de respecter la commande de la rédaction.

### Distinguer les différents formats radio

- Varier les genres journalistiques: brèves, papiers, flashes, lancements, titres, journaux.

### Intégrer les règles de l'écriture radio

- S'initier au style direct et parlé.
- Écrire court, assurer la clarté du propos.
- Accrocher l'attention.
- Donner à voir à l'auditeur.

### Soigner son style

- Bannir les formules faciles, les tics de langage.
- Utiliser un vocabulaire riche et précis.

## TRAVAILLER SA VOIX

- Développer son expression orale.
- Travailler le débit et l'articulation.
- Jouer avec l'intonation : appuyer sur les mots-clés.
- Maîtriser sa respiration.
- Gérer le stress, s'appuyer sur la relaxation.

### Connaître les techniques de reportage

- S'initier au Nagra.
- Se familiariser avec les techniques de prise de son.

### S'approprier les techniques d'interview

- Choisir son interlocuteur.
- Travailler le mode de questionnement.
- Pratiquer l'écoute active : la relance, la reformulation.

### Identifier les spécificités du papier en extérieur

- Donner à voir à l'auditeur.
- Faire vivre un événement en direct.
- Improviser avec succès.

### S'initier aux techniques du montage radio

- Connaître les règles de base du montage.
- Lancer une interview, utiliser un son.

## INITIATION

Code : 44003

5 jours | 35 heures

Prix HT : 2 095 €

## SESSIONS

Paris

4 au 8 février 2019

30 septembre au 4 octobre 2019

## OBJECTIFS

Connaître les différents profils de journalistes en radio.

Identifier les différents formats à l'antenne.

Mettre en œuvre les techniques du reportage radio.

## PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes radio dans le cadre de son activité professionnelle.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024408

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques sur le terrain.

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Réaliser des dossiers de presse

Rédiger, structurer et présenter des dossiers de presse percutants.

## PROGRAMME

### Identifier les différents types de dossiers de presse

- Général, événementiel, thématique.
- Quel dossier pour quel type de presse ?
- Quand remettre un dossier de presse aux journalistes ?

### Concevoir un dossier de presse

- À quelle occasion concevoir un dossier de presse ?
- Quand et comment ? Avec quels moyens ?
- À qui l'envoyer et quand ?
- Mesurer l'importance du thème.
- Cerner le message à faire passer.
- Viser un objectif.

### Soigner la présentation

- Écrire pour la presse.
- Bannir toute forme de publicité.
- Être sobre, complet et précis.
- Gérer le nombre de pages.

### Rédiger son dossier dans un style journalistique

- Rappel des notions rédactionnelles de base.
- La rédaction des textes et des titres : message essentiel, hiérarchie de l'information.
- Déterminer l'importance des angles.
- Structurer son dossier de presse.

### Optimiser la diffusion de son dossier de presse

- Intégrer les spécificités du dossier de presse en ligne.
- Mentionner les éléments indispensables.
- Sélectionner les bons destinataires, les relances.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33002

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 490 €

### OBJECTIFS

Concevoir un dossier de presse.  
Structurer un dossier de presse.  
Rédiger dans un style journalistique un dossier.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique confirmée des relations presse ou avoir suivi la formation "communiquer avec les médias".

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication. Attachés de presse et chargés des relations presse.

Code Dokelio : 032184

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques : choix des angles, des titres et rédaction d'un communiqué de synthèse, analyse des dossiers de presse apportés par les participants.

## SESSIONS

Paris

25-26 mars 2019  
28-29 octobre 2019  
26-27 mars 2020

# Réussir un point-presse et une conférence de presse

Connaître, préparer et organiser un point presse et une conférence de presse.

## PROGRAMME

### Similitudes et différences de ces deux outils de communication particuliers

- À quels types d'informations conviennent-ils ?
- À quelle occasion les utiliser ?

### Le point-presse factuel et le point-presse informel

- Protocole et déroulement.
- La déclaration et les échanges avec les journalistes : les erreurs à éviter.

### La conférence de presse

- Les différentes conférences de presse : bilan - événement, crise.
- À quoi sert-elle, quand s'impose-t-elle, où se déroule-t-elle ?
- Les erreurs à ne pas commettre lors de cette "grande messe" médiatique.

### Protocole et mise en scène de la conférence de presse

- Entamer, orchestrer et terminer la conférence de presse.
- Être prêt pour les interviews après la conférence de presse.
- Quid du dossier de presse accompagnant souvent une conférence de presse ?

### Préparer sa prise de parole face aux journalistes

- Savoir maîtriser la durée de son intervention : aller à l'essentiel.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33018

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Préparer et organiser un point presse et une conférence.  
Maîtriser les protocoles et mises en scène du point-presse et de la conférence de presse.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "communiquer avec les médias" ou avoir une expérience dans les relations presse.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en contact avec les journalistes.

Code Dokelio : 032192

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Méthodes pédagogiques.

## SESSIONS

Paris

10 avril 2019  
20 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Être interviewé par les journalistes



Les règles du jeu de l'interview.

## PROGRAMME

### Connaître les journalistes et leur travail

- Quelques points de repère : la vie d'une rédaction, son organisation.
- Quelques règles : la déontologie, le "on", le "off".
- Identifier les motivations, les exigences et les attentes des journalistes.

### Intégrer les spécificités des interviews radio, télé, presse écrite et web

- Comparaison de l'interview radio, de l'interview télé et de la web interview.
- Les particularités de l'interview en presse écrite.

### Maîtriser l'information

- Le message essentiel.
- La hiérarchie de l'information.
- La clarté du discours.

### Vulgariser l'information

- Utiliser des mots simples, concrets, éviter le jargon.
- Donner des exemples, faire appel à des images.

### Construire et faire passer une information

- Rédiger ses messages.
- Présenter une information face à une caméra.

### Préparer l'interview

- Identifier précisément la demande et les attentes du journaliste.
- Anticiper les questions et élaborer ses réponses.
- Simulation d'interviews sur des sujets professionnels.
- Enregistrement et analyse.

### Mesurer l'importance des attitudes face caméra

- L'importance de la voix, de la posture, de la gestuelle, du regard, des expressions du visage.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 33003

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 500 €

### OBJECTIFS

Connaître les règles du jeu de l'interview.  
Communiquer avec les médias.  
Faire passer efficacement ses messages.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne susceptible de répondre à une interview.

**Code Dokelio : 032195**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Des mises en situation face caméra sont réalisées et analysées tout au long de la formation.  
Atelier sur la création de trame de réponse, travail sur la diversité des interviews

## SESSIONS

### Paris

9-10 mai 2019  
4-5 juillet 2019  
23-24 septembre 2019  
15-16 janvier 2020

### Lyon

23-24 septembre 2019

# Optimiser ses relations presse

Affiner et affûter ses outils de communication avec la presse.

## PROGRAMME

### Installer des relations durables avec la presse

- S'imprégner de l'écriture informative pour transmettre un message adapté à ses lecteurs.
- Construire une communication de proximité dans le suivi de ses relations presse.
- Anticiper ses relations presse (plan annuel) et se libérer du temps pour une communication immédiate.

### Fidéliser et animer ses relations avec les journalistes

- Animer son réseau et sa sphère d'influence : rencontres, téléphone, événements...
- Être "source d'information" pour fidéliser les journalistes : créer des relations professionnelles de confiance.

### Accompagner et entraîner son leader à rencontrer les médias

- Anticiper les questions et préparer les "dossiers chauds" pour bien le conseiller.
- Aider à construire l'image médiatique du leader.
- Préparer son leader à une interview.
- Les règles du jeu devant les caméras et les micros.
- Organiser une conférence de presse et accompagner le leader.
- Construire une communication efficace lors d'une situation de crise et/ou de communication sensible.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33006

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 490 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les outils pour concevoir une stratégie de relations presse.  
Entretenir, développer un fichier journalistes.  
Impliquer son entreprise dans la communication avec les médias.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique confirmée des relations presse ou avoir suivi la formation "communiquer avec les médias".

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne travaillant dans un service de presse ou de communication désirant se perfectionner aux relations presse.

**Code Dokelio : 032039**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mises en situation et exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

1<sup>er</sup>-2 avril 2019  
9-10 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# MÉDIA- TRAINING

## OBJECTIFS

Préparer et construire ses interventions face à des journalistes.

Renforcer sa capacité à délivrer un message clair et percutant.

Acquérir les premiers réflexes afin d'éviter toute déstabilisation.

Conserver la maîtrise lors d'une interview polémique.

## PUBLIC CONCERNÉ

Cadres dirigeants, managers, élus, experts, porte-parole sollicités par les médias.

## PÉDAGOGIE

Mises en situation en conditions réelles.

En groupe ou en « one to one », débrief des simulations d'interviews face caméra.



## 1 - FONDAMENTAUX

Connaître les médias, les attentes des journalistes et leur logique de travail.

## 2 - APPROFONDISSEMENT

### MESSAGE

Transmettre des messages efficaces, courts, clairs et convaincants. Utiliser les techniques de storytelling pour faire passer les messages.

### POSTURE

Adopter la posture et les attitudes pour s'impliquer dans l'interview.

## 3 - PERFECTIONNEMENT

### STRATÉGIE ET CRISE

Comprendre les techniques des journalistes en situation de crise. Préparer et rôder ses messages.

### DO IT IN ENGLISH OR ANY OTHER LANGUAGE

- > Adapté au contexte international.
- > Des formateurs bilingues.

## CONTACTS



Cynthia Barruel  
cbarruel@cfpj.com  
01 44 82 20 65



Meryl Williams  
mwilliams@cfpj.com  
01 44 82 20 47

# Les relations presse à l'ère du digital



Savoir communiquer auprès de ses influenceurs sur tous les réseaux sociaux connus.

## PROGRAMME

### Connaitre les codes et les pratiques des journalistes sur Internet

- Une nouvelle manière d'aborder l'information.
- Les journalistes ont intégré les réseaux sociaux comme un outil professionnel.
- Comment contacter les journalistes ?
- Blogueurs et journalistes : des valeurs différentes.
- Les relations avec les influenceurs.

### Quels contenus pour les relations presse digitale ?

- Immersion dans une newsroom : méthodes et bonnes pratiques.
- Rédiger un communiqué de presse interactif.
- Utiliser des outils de mise en scène éditoriale.

### Mode d'emploi des relations presse sur les réseaux sociaux

- Les usages et les bonnes pratiques e-RP des marques sur les réseaux sociaux.
- Faire la promotion d'un événement sur les réseaux sociaux.
- De l'attaché de presse au community manager.

### Des relations presse adaptées aux plateformes communautaires

- e-RP sur Twitter.
- e-RP sur Facebook.
- e-RP LinkedIn.

### Cas pratique : proposer une action de e-RP pour son entreprise.

## INITIATION

Code : 33021

3 jours | 21 heures

Prix HT : 1 860 €

### OBJECTIFS

Mener à bien ses actions de relations presse avec un maximum d'efficacité sur le web. Créer ou renforcer ses relations avec les influenceurs.

### PRÉREQUIS

Disposer d'une solide expérience en communication ou en relations presse et travailler sur les réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables ou chargés de communication, responsables ou chargés des relations presse, attachés de presse.

Code Dokelio : 031330

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

Cas pratique : proposer une action de e-RP pour son entreprise.

## SESSIONS

### Paris

4 au 6 février 2019  
27 au 29 mai 2019  
16 au 18 septembre 2019  
27 au 29 novembre 2019  
3 au 5 février 2020

# Maîtriser ses relations avec les médias en période de crise

Se préparer aux différents scénarios de crise et maîtriser son message.

## PROGRAMME

### Distinguer les différentes périodes de crise

- Analyser une situation d'urgence et une "entrée" en crise.
- La simulation de crise.
- Présentation de plusieurs scénarios.
- Mesurer l'impact de l'audiovisuel et d'Internet en période de crise.

### Exercices pratiques sur les premières réactions face à la crise

- Mettre en place une cellule de crise.
- Rédiger un communiqué de presse.
- Réaliser un point presse ou une conférence de presse.
- Les spécificités du web.

### Analyser le mode de fonctionnement des journalistes en période de crise

- L'utilisation par les journalistes de vos documents écrits.
- L'échange oral avec les journalistes en période de crise : le off.
- Les techniques d'interview en période de crise.

### Gérer une communication de crise sur le web

- Mesurer les enjeux du web social et les risques de propagation.
- Identifier les nouveaux acteurs du web.
- Utiliser le média Internet.

### Sortir "plus fort" d'une période de crise

- Jouer la transparence.
- Le contact avec les journalistes.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33005

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 490 €

### OBJECTIFS

Se préparer aux différents scénarios de crise et maîtriser son message. Analyser une période de crise. Préparer une communication efficace avec les médias. Gérer la crise et en tirer profit.

### PRÉREQUIS

Connaitre le fonctionnement des journalistes hors temps de crise ou avoir suivi la formation "communiquer avec les médias".

### PUBLIC CONCERNÉ

Cadres dirigeants, cadres d'astreinte, directeurs et responsables de communication, chargés des relations avec les médias.

Code Dokelio : 031863

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Nombreux exercices à partir de différents scénarios de crise.

## SESSIONS

### Paris

11-12 février 2019  
13-14 mai 2019  
22-23 juillet 2019  
30-31 octobre 2019  
10-11 février 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# COMMUNICATION ORALE

## SOMMAIRE

Affirmer son aisance à l'oral	225
Improviser avec aisance	225
Gérer son stress en toute situation	226
Prendre la parole et convaincre	226
Prise de parole en public	227
Optimiser ses émotions et sa voix	228
Pitcher un projet	228
3 minutes pour convaincre	229
Être synthétique à l'oral comme à l'écrit	229
Booster ses présentations sur le fond et la forme	230
Développer une communication persuasive	230
Vendre et défendre ses projets	231
Experts : simplifier ses messages sans les dénaturer	231
Entretien à enjeux : atteindre son but	232
Communication non violente en entreprise	232
Le travail de la voix	233

# Affirmer son aisance à l'oral

S'affirmer à l'oral.

## PROGRAMME

### Travailler sur ses blocages et ses inhibitions

- Rester maître du jeu.
- Acquérir de la confiance.
- Analyser son style de prise de parole : axes d'amélioration et points positifs.

### Capter son public : communication et imagination

- Maîtriser son expression.
- Illustrer sa communication.
- Mesurer la force des images pour en faire un atout.

### Développer l'aspect ludique de son discours

- S'exprimer avec plaisir.
- Jouer avec les mots, manier l'humour.
- Préparer une intervention à travers un thème imposé.

### Travailler la couleur, la tessiture et le volume sonore de sa voix

- Améliorer sa diction, son intonation, son rythme.

### Libérer son attitude et son expression

- Utiliser les techniques respiratoires pour se décontracter et acquérir la concentration nécessaire.
- Utiliser sa gestuelle et son regard, savoir quoi faire de ses mains.
- Gagner en présence en maîtrisant son comportement.
- Contrôler et évacuer son stress.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34002

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1390 €

### OBJECTIFS

Trouver son style et maîtriser les subtilités de la communication orale. Utiliser la couleur, la tessiture et le volume de la voix, la respiration, la gestuelle et regard. Contrôler et évacuer le stress pour gagner en présence et en efficacité à l'oral.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Prise de parole en public" ou prendre régulièrement la parole en public.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code Dokelio : 032491

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exercices pratiques issus des techniques théâtrales, de jeux pédagogiques et de mises en situation de prise de parole face à la caméra avec débriefing individualisé.

## SESSIONS

Paris

3-4 avril 2019  
24-25 juillet 2019  
12-13 décembre 2019

# Improviser avec aisance

Développer sa réactivité et mobiliser rapidement ses idées.

## PROGRAMME

### Improviser en fonction de ses interlocuteurs et des contextes

- Les différentes situations d'improvisation.
- Analyser rapidement sa situation d'improvisation.
- Se mettre en condition pour improviser.
- Faire appel à sa créativité et à son imagination.

### Organiser et structurer son improvisation

- Préparer mentalement son argumentation.
- Anticiper les arguments d'en face.
- Améliorer son charisme par l'attitude et l'utilisation de sa voix.
- Construire dans la logique du discours.
- Faire partager ses émotions.

### Développer son écoute

- Pratiquer une écoute active.
- Rester attentif à l'environnement.
- Mémoriser l'argumentation adverse.
- Rester concentré sur la préparation des réponses.

### Mener ses improvisations avec succès

- S'exprimer sans préparation et sans support.
- Faire preuve de répartie immédiate.
- Stimuler son imagination.
- Mémoriser par la reformulation.
- Contrôler et évacuer son stress.

### Donner et recevoir du feedback

- Être spontané et convaincant.
- Apporter les bonnes réponses.
- Être réactif en toutes situations.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 34006

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1390 €

### OBJECTIFS

Organiser et structurer une improvisation en fonction des interlocuteurs et des contextes. Mener avec succès une improvisation. Pratiquer une écoute attentive et être réactif, spontané et convaincant.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Prise de parole en public" ou prendre fréquemment la parole face à un auditoire.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 040466

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques issus des techniques d'improvisation avec débriefing individualisés.

## SESSIONS

Paris

13-14 mai 2019  
11-12 septembre 2019  
25-26 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Gérer son stress en toute situation

Évaluer ses attitudes face au stress.

## PROGRAMME

### Évaluer ses attitudes face au stress

- Les émotions induites par le stress.
- Les situations qui génèrent le stress.
- Les différents niveaux de stress.
- Les comportements et les réactions face au stress.

### Mise en situation : évaluer ses propres réactions face au stress

## Gérer ses émotions

- S'approprier et mettre en pratique des techniques de respiration, relaxation, visualisation et préparation mentale.
- Maîtriser son trac et recouvrer l'intégralité de ses moyens en situation stratégique de communication.

## Exercices pratiques

## INITIATION

Code : 34034

- 🕒 1/2 journée - 4 heures
- 💰 Prix HT : 450 €

## OBJECTIFS

Garder la maîtrise de ses émotions en toute situation.

## PRÉREQUIS

Aucun.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 032487

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

22 mars 2019 après-midi  
6 novembre 2019 matin  
20 mars 2020 matin

# Prendre la parole et convaincre

Argumenter et convaincre lors de ses prises de parole.

## PROGRAMME

### S'imprégner de son projet, le maîtriser pour mieux le défendre

- Collecter l'information et vérifier les faits.
- Donner du corps à ses affirmations et de l'âme à ses arguments.
- Fédérer son auditoire et faire émerger une solution.
- Apprendre à s'imposer et faire adhérer autour de sa vision.

### Identifier les principaux paramètres individuels indispensables à la force de conviction

- Développer sa confiance en soi et son pouvoir de conviction.
- Analyser son propre processus de prise de décision.
- Défendre sa compétence particulière.
- Définir les étapes pour imposer sa vision.
- Mettre son imagination au service de ses objectifs.

- Gagner en confiance en s'appuyant sur le travail en équipe.

### Passer de la conviction personnelle à la conviction partagée

- Bâtit et hiérarchiser ses arguments pour la négociation.
- Le bon état d'esprit pour remporter la décision.
- Connaître ses interlocuteurs.
- Choisir un langage concret, simple et direct.
- Optimiser ses présentations pour servir ses discours.
- Écouter, analyser pour mieux argumenter et convaincre.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 34001

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1420 €

## OBJECTIFS

Faire adhérer autour de sa vision. Développer sa confiance et son pouvoir de conviction. Bâtit et hiérarchiser ses arguments pour la négociation. Écouter, analyser pour mieux argumenter et convaincre.

## PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Prise de parole en public" ou prendre régulièrement la parole devant un auditoire.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 033202

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

25-26 mars 2019  
18-19 novembre 2019  
23-24 mars 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcpj@cfpj.com](mailto:intrafcpj@cfpj.com)

# Prise de parole en public

S'exprimer clairement et avec aisance en public.



**FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format  
blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### Se préparer efficacement pour maîtriser son trac en public

- Déterminer son objectif principal et identifier les messages essentiels.
- Hiérarchiser l'argumentation de son intervention.
- Appliquer en toutes situations la technique de la respiration diaphragmatique.

### Travailler sa voix et son image

- Trouver son style et gagner en naturel.
- Identifier les points forts de son image et ceux à améliorer.
- Créer sa boîte à outils du non-verbal : les mains, le regard, le visage, le sourire, l'attitude.
- Jouer de sa voix : intonation, modulation, articulation.
- Jouer avec les silences.

### Gagner en assurance devant son auditoire

- S'informer sur son public pour mieux l'aborder.
- Adapter son vocabulaire au public.
- Affirmer sa posture de communicant : maîtriser ses réactions instinctives.
- Rempporter l'adhésion de son auditoire.

### Préparer une intervention en improvisation structurée

- Maîtriser la durée de son intervention.
- Augmenter son sens de la répartie.
- Se reposer sur du concret : exemples, comparaisons, références.
- Maintenir son intervention captivante.

### S'adapter aux différents contextes de prise de parole : séminaires, colloques, débats

- Créer un climat de confiance.
- Savoir s'adapter en souplesse au contexte et à l'environnement.
- Susciter la participation de l'auditoire.
- Interrompre sans blesser et garder la main : reformuler en termes simples.

## INITIATION

Code : 34000

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1420 €

## OBJECTIFS

Maîtriser les techniques d'expression orale pour s'exprimer clairement et avec aisance. Préparer une intervention orale. Maîtriser son trac, les techniques de la voix et de la posture.

## PRÉREQUIS

Être amené à prendre la parole devant un auditoire.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

**Code Dokelio : 032484**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Alternance d'exercices pratiques issus des techniques théâtrales, de jeux pédagogiques et de mises en situation de prise de parole face à la caméra avec debriefs individualisés.

## SESSIONS

### Paris

17-18 janvier 2019  
14-15 février 2019  
14-15 mars 2019  
15-16 avril 2019  
23-24 mai 2019  
11-12 juin 2019  
18-19 juillet 2019  
28-29 août 2019  
26-27 septembre 2019  
28-29 octobre 2019  
21-22 novembre 2019  
16-17 décembre 2019  
16-17 janvier 2020  
13-14 février 2020  
12-13 mars 2020

Lyon/Bordeaux/Nantes/Lille/  
Strasbourg  
Dates sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

## Parcours

### Improvisation et aisance

#### Prise de parole en public

2 jours  
p. 227

#### Affirmer son aisance à l'oral

2 jours  
page 225

#### Improviser avec aisance

2 jours  
page 225

# Optimiser ses émotions et sa voix

S'approprier des techniques de gestion des émotions, du stress et du trac.

## PROGRAMME

### Analyser ses émotions et le contexte de l'activation

- Identifier les cinq types d'émotions et leur fonctionnement physiologique.
- Analyser les principes d'activation du stress et du trac.
- Mesurer les conséquences d'une mauvaise gestion des émotions.

### S'approprier des techniques de gestion des émotions

- Auto-analyse des situations et de son schéma d'activation des émotions, du stress et du trac.
- Mettre en pratique les techniques de respiration et de relaxation.
- Utiliser les techniques de visualisation positive et de préparation mentale.
- Transformer son stress et recouvrer l'intégralité de ses moyens dans des situations stratégiques.
- Mettre rapidement son énergie au service de sa communication.
- Se donner tous les moyens de réussir ses interventions.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34021

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Comprendre les principes d'activation du stress et du trac. Appliquer les techniques de relaxation pour gérer son stress.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication orale, prendre la parole régulièrement en public ou avoir suivi la formation "Prise de parole en public".

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne s'exprimant en public.

Code Dokelio : 040467

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Sous un angle opérationnel, alternance d'exercices pratiques et de mises en situation.

## SESSIONS

Paris

20 mai 2019  
27 novembre 2019

# Pitcher un projet

Pitcher ses projets avec le Storytelling pour capter l'attention, captiver et convaincre.

RÉGION

## PROGRAMME

### Partir d'un diagnostic

- Profiler le public ciblé.
- Identifier les éléments clés du projet.
- Définir une thématique et un angle.

### Pitch et Storytelling : outils opérationnels

- Construire le pitch : éléments composants.
- Pitcher : en 30 secondes ou 5 ... 10... 15 minutes !
- S'approprier les outils opérationnels pour construire une histoire forte.

### Raconter pour embarquer : supports et prise de parole

- Pitcher son histoire en 5 étapes pour capter l'attention, captiver et convaincre.
- Maîtriser les 6 clés pour faciliter la compréhension, la mémorisation des messages clés et l'adhésion du public.
- Concevoir un PowerPoint percutant.
- Explorer les Pecha Kucha.
- Maîtriser les règles d'or de la prise de parole en public pour captiver son auditoire jusqu'à la fin.

### Cas pratique

- Mises en situation pour concevoir et présenter un Pitch en s'appuyant sur les outils de Storytelling.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 34026

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Se faire comprendre rapidement à l'oral ou en présentation élaborée. Faciliter la mémorisation des messages clés. Donner envie d'écouter, embarquer les publics et stimuler le désir d'action.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Prise de parole en public" ou maîtriser les fondamentaux de la communication orale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 040468

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Mises en pratique.

## SESSIONS

Paris

17 mai 2019  
12 novembre 2019

Nantes

17 mai 2019  
12 novembre 2019

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# 3 minutes pour convaincre

Acquérir les techniques des journalistes pour capter l'attention, vendre et défendre ses projets.

## PROGRAMME

### Angler son sujet

- Traiter et hiérarchiser ses informations.
- Définir le capteur d'intérêt commun.
- Concevoir le CQVD.
- Rédiger les phrases résumantes.
- Définir les points d'entrée et de sortie du sujet.
- Réussir son pitch.

### Réussir son accroche

- Trouver le bon canal de communication.
- S'affirmer face à son interlocuteur : maîtriser le verbal, le paraverbal et le non-verbal.
- Bien formuler les quinze premiers mots pour capter l'intérêt de son interlocuteur : l'amorçage sémantique.

## Développer efficacement son sujet

- Lancer le sujet.
- Respecter le principe de narration : acteur, témoin, expert.
- Utiliser le présent de la narration et les verbes d'action.
- Utiliser les silences, la scansion, les mots pleins.
- Doser concentration et enthousiasme.
- Ne pas se laisser interrompre.

### Réussir sa chute

- Obtenir des informations en posant des questions inductives.
- Gérer les silences.
- Continuer à informer dans le dialogue.
- Repérer les signes de "fin".
- Reformuler et synthétiser les points clés du sujet.
- Savoir quitter son interlocuteur.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34007

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1420 €

### OBJECTIFS

Préparer une intervention de 3 minutes..  
Choisir un angle et hiérarchiser son message.  
Construire une accroche percutante et une chute efficace.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication orale et écrite.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne qui doit convaincre et persuader dans un minimum de temps tout en valorisant son image et en développant une relation de qualité.

Code Dokelio : 040462

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Sous un angle opérationnel, alternance d'exercices pratiques, de mises en situation et de trainings.

## SESSIONS

Paris

21-22 mars 2019

16-17 octobre 2019

En partenariat avec



# Être synthétique à l'oral comme à l'écrit

Développer ses capacités de synthèse pour délivrer les messages essentiels.



## PROGRAMME

### Partir du récepteur et de ses attentes

- Cerner les attentes du public visé.
- Faire ressortir l'idée clé tout de suite.
- Mesurer la valeur d'usage du message reçu par le destinataire.
- Bien connaître les lois de proximité.
- Adapter son discours à tout type de publics et à des publics hétérogènes.

### Hiérarchiser et structurer son message pour convaincre

- Élaborer son message essentiel à partir d'un questionnement journalistique.
- Adopter une structure ternaire dans toute communication.
- Bâtir un plan efficace.
- Habiller son discours avec une attaque percutante, des exemples vivants et une chute.
- Gérer des temps de prise de parole variables.

## Soigner sa mise en scène pour emporter l'adhésion

- Écrire court sans dénaturer le sens.
- Optimiser ses présentations.
- Habiller ses supports d'information de façon convergente.
- Veiller à la qualité émotionnelle.
- À l'oral, optimiser sa communication non verbale.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34008

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1430 €

### OBJECTIFS

Faire ressortir l'idée clé tout de suite.  
Hiérarchiser et structurer son message.  
Délivrer un message synthétique sans dénaturer le sens.  
Adapter son discours en fonction des publics visés.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication écrite et orale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 033206

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance de mises en situation et d'exercices pratiques permettant aux participants de se préparer efficacement à des situations de synthèse écrite et orale.

## SESSIONS

Paris

28-29 janvier 2019

11-12 avril 2019

26-27 juin 2019

26-27 août 2019

23-24 octobre 2019

2-3 décembre 2019

30-31 janvier 2020

Lyon

11-12 avril 2019

2-3 décembre 2019

Bordeaux

26-27 juin 2019

16-17 octobre 2019

Strasbourg

28-29 janvier 2019

23-24 octobre 2019

Lille

11-12 avril 2019

26-27 août 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Booster ses présentations sur le fond et la forme

Intégrer les règles de construction d'un message et appliquer les techniques du storytelling pour incarner son projet.

## PROGRAMME

### Construire ses messages et structurer son discours

- Adapter ses messages à une cible ou un objectif différent.
- Préparer et cadrer son intervention.
- Évaluer la quantité de messages à faire passer et le temps dont on dispose.
- Organiser le contenu.
- Travailler la règle des "3 x 20".
- Connaître les 8 techniques d'accroche percutantes.
- Donner de la conviction à son discours.

### Concevoir des slides convaincants

- Les grands principes de construction de slides convaincants.
- Construire son argumentation selon un plan précis.
- Choisir les mots justes.
- Mettre en valeur les messages clés.
- Stratégie de présentation.
- Vérification de la cohérence globale.

### Être percutant en appliquant la technique du storytelling à sa communication

- Utiliser le storytelling pour traiter l'information de manière originale.
- Rechercher les angles sur mesure au service du récit.
- Faire appel aux cinq sens dans sa narration.
- Créer une connexion émotionnelle avec le public.

### Incarner son message à l'oral

- La ponctuation parlée.
- Travailler sa posture non verbale.
- Utiliser le sourire pour communiquer.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 34004

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1390 €

### OBJECTIFS

Construire son message.  
Mettre en forme son histoire, son message.  
Raconter son message, son histoire  
Incarner son message.

### PRÉREQUIS

Utiliser PowerPoint ou Keynote.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout professionnel ayant à animer des interventions orales.

Code Dokelio : 59406

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Mise en situation face caméra, débriefing.

## SESSIONS

Paris

22-23 mai 2019

18-19 novembre 2019

# Développer une communication persuasive

S'approprier les techniques de persuasion pour influencer et déjouer les manipulations.



## PROGRAMME

### Poser un cadre aux échanges

- Intégrer la dimension politique de la communication.
- Communiquer sur le cadre, la règle, le processus, l'éthique.
- Clarifier les rôles et décoder le jeu des étiquettes.
- Choisir son terrain, son sujet, ses enjeux.

### Accroître son influence personnelle

- Centrer son attention sur l'autre.
- Écouter et décoder la forme puis le fond.
- Intervenir d'abord sur la forme afin de prendre de la distance par rapport au fond.
- Apporter du nouveau dans la relation.
- Expliciter l'implicite, dire le non-dit.

### Déjouer les manipulations

- Repérer les simplifications, distorsions et pièges.
- Acquérir les techniques, les phrases et les réflexes pour éviter les pièges ou s'en sortir.
- Expérimenter, en cas d'attaque, la puissance respectueuse de la légitime réponse.
- Éviter de prendre les choses personnellement et garder une juste distance.

### Réserver un traitement spécial à l'émotion

- Jouer sur la corde sensible.
- Acquérir le protocole pour se sortir d'un piège émotionnel.
- Reconnaître les besoins exprimés et les nourrir.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 36055

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 2000 €

### OBJECTIFS

Poser un cadre aux échanges, écouter et décoder la forme et le fond.  
Accroître son influence personnelle.  
Utiliser les techniques de base pour éviter les manipulations, sortir d'un piège émotionnel et garder une juste distance pour mieux persuader.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la prise de parole ou avoir suivi la formation "prise de parole en public".

### PUBLIC CONCERNÉ

Leaders, dirigeants, chefs de projet, négociateurs, médiateurs.

Code Dokelio : 040464

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exercices pratiques et de mises en situation face à la caméra avec débriefes individualisés.

## SESSIONS

Paris

16-17 mai 2019

12-13 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Vendre et défendre ses projets

Acquérir toutes les techniques pour argumenter et résister à la contradiction.

## PROGRAMME

### Concevoir un argumentaire convaincant

- Définir son objectif d'argumentation, ses cibles et le contexte.
- Définir l'angle d'attaque de son argumentaire.
- Mobiliser les trois paramètres de l'argumentation.

### Préparer une stratégie de réfutation efficace

- Évaluer le poids de chacun de ses arguments.
- Anticiper les objections possibles.
- Préparer ses réfutations et sa contre-argumentation.

### Dérouler son argumentaire

- Réussir les trente premières secondes.
- Mettre le paraverbal au service de son argumentaire.
- Utiliser les silences et la scansion.

## Réagir aux objections

- Utiliser les techniques de réfutation.
- Réagir par un désaccord ou une concession.
- Poser des questions persuasives.
- Identifier un argument fallacieux et le démonter.

## Garder la maîtrise des échanges

- Utiliser les techniques d'écoute active et de reformulation.
- Garder le leadership.
- Réagir quand l'auditoire se tait ou vous presse de questions.
- Réagir face à un agressif ou à une personne qui monopolise la parole.
- Éluder une question.
- Conclure à son avantage.

## Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34015

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1390 €

## OBJECTIFS

Concevoir et structurer des argumentaires pertinents. Élaborer une stratégie de réfutation pour anticiper les objections possibles. Réagir aux objections et garder la maîtrise du débat.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication orale et écrite.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 040471

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices de conception d'argumentaires, mises en situation d'argumentation devant un auditoire et organisation d'un débat contradictoire.

## SESSIONS

Paris

11-12 mars 2019  
30 septembre-1<sup>er</sup> octobre 2019

En partenariat avec



# Experts : simplifier ses messages sans les dénaturer

Vulgariser un message complexe pour être compris par tous lors d'une présentation orale.

## PROGRAMME

### Intégrer les règles de construction d'un message

- Préparer et cadrer son intervention : objectif, cible, angle.
- Déterminer le message essentiel.
- Hiérarchiser l'information.
- Organiser le contenu : accroche, argumentation, chute.
- Adapter son message à sa cible.

### Vulgariser un message

- Minimiser l'emploi du jargon technique.
- Replacer le projet dans son contexte.
- Illustrer le message avec des exemples concrets.
- Mesurer l'écart entre l'intention du message et le message reçu.

## Utiliser l'argumentaire comme un socle

- Articuler les arguments selon une progression accessible pour tous, sans sauter d'étapes.
- Illustrer les arguments par des exemples.
- Donner sa vision personnelle du sujet.

## Concevoir des slides convaincants

- Les grands principes de construction de slides convaincants : histoire, illustrations, écriture logique, rigueur de forme.
- Choisir des mots simples et "parlants".
- Mettre en valeur les messages clés.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34024

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1390 €

## OBJECTIFS

Structurer son intervention. Choisir les bons mots et les bons exemples. Rendre accessible sa communication.

## PRÉREQUIS

Prendre la parole en public régulièrement ou avoir suivi la formation "Prise de parole en public".

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne devant vulgariser un message complexe lors d'une présentation orale.

Code Dokelio : 040465

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mises en situation, exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

23-24 mai 2019  
4-5 novembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Entretien à enjeux : atteindre son but

Être percutant en entretien.



## PROGRAMME

### Se donner les meilleures chances de succès

- Une préparation efficace : stratégie de communication, définir ses messages essentiels.
- Storytelling : une méthode pour construire ses éléments de langage et les mettre au service de son objectif.
- Maîtriser des éléments de contexte : stress, trac, langage non verbal, environnement.

### Mises en pratique...

- Techniques d'adhésion : fédérer malgré les objections.

## ... et débriefings individualisés

- Focus 1 : décryptage des éléments verbaux de l'entretien.
- Focus 2 : décryptage des éléments non verbaux.
- Feuille de route : conseils personnalisés pour optimiser toutes les dimensions de l'entretien.

## INITIATION

Code : 34025

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Définir le message essentiel de sa communication.  
Maîtriser son stress.  
Fédérer autour de son message.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication orale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à préparer un entretien important : soutenance, concours, entretien de carrière...

Code Dokelio : 040470

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Mises en pratique.

## SESSIONS

Paris

26 juin 2019  
18 novembre 2019

# Communication non violente en entreprise

Développer une communication bienveillante.



## PROGRAMME

### Étudier le concept de la communication bienveillante

- Découvrir l'origine de la communication bienveillante et la définir.
- Intégrer les avantages à utiliser la communication bienveillante.

### Intégrer le processus et maîtriser les techniques de la communication bienveillante

- Les conditions pour appliquer le processus avec bénéfice.
- Les quatre étapes du processus de la communication bienveillante.
- Les quatre façons de percevoir un message négatif.

### Pratiquer la communication bienveillante et l'appliquer à ses communications orales

- Passer en mode non-jugement, adopter une attitude de respect mutuel.
- Découvrir différentes situations en mode non violent.
- Engager un dialogue authentique et constructif.
- S'affirmer grâce à la communication bienveillante.
- Développer sa capacité d'être à l'écoute de ses émotions, de ses besoins, de ses valeurs.
- Répondre de façon adaptée au lieu de réagir de façon habituelle.

Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 34013

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1930 €

### OBJECTIFS

Développer une communication bienveillante en toutes situations.  
Intégrer la technique de la communication bienveillante dans sa communication.  
Appliquer la communication bienveillante à ses communications orales.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication orale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désirant s'exprimer avec plus d'authenticité et d'efficacité devant les autres.

Code Dokelio : 040433

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices et mises en situation.

## SESSIONS

Paris

Session 1  
15 et 16 janvier puis le 2 février 2019  
Session 2  
3 et 4 juin puis le 24 juin 2019  
Session 3  
3 et 4 octobre puis le 21 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Le travail de la voix



Utiliser les techniques employées par les comédiens pour améliorer son expression orale.

## PROGRAMME

### Comprendre le fonctionnement de la voix

- Théorie et physiologie.

### Connaître sa voix

- Agir sur différents paramètres.  
- Jouer avec le timbre, le rythme, la respiration, le placement, l'articulation.

### Utiliser les techniques de l'acteur

- Mesurer l'impact de la concentration sur la voix.  
- Comprendre le rôle essentiel de la respiration.  
- Du bon usage du ventre.  
- Adopter la bonne posture, pour quoi faire ?  
- Chauffer sa voix.  
- Glisser le sourire qui s'entend à l'antenne.

## Travailler sa voix pour parler clair

- Lecture à voix haute de textes non journalistiques : fictions, fables...  
- Exercices d'improvisation à partir de dépêches.  
- Rechercher le ton le plus naturel.

## Exercices pratiques avec un comédien

- Narration.  
- Articulation.  
- Décontraction et respiration.  
- Enregistrement en studio.  
- Écoute critique.

## INITIATION

Code : 44005

🕒 2 jours | 14 heures

💰 Prix HT : 1245 €

## OBJECTIFS

Découvrir sa voix, ses modulations, son potentiel.

Jouer de sa voix pour appuyer l'information.

Adopter un ton naturel dans ses papiers, pour les flashs et les journaux.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

**Code Dokelio : 024591**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices pratiques et jeux de rôles.

## SESSIONS

### Paris

25-26 mars 2019  
7-8 novembre 2019  
12-13 mars 2020

### Strasbourg

4-5 mars 2019  
30 septembre au 1er octobre 2019

### Bordeaux

14-15 mars 2019  
10-11 octobre 2019

### Lille

25-26 mars 2019  
7-8 novembre 2019

## DÉCOUVREZ LE BLOG DU CFPJ NOUVELLE VERSION !



[blog.cfpj.com](http://blog.cfpj.com)



Pour ne rien rater de l'actualité de la com' et des médias, RDV chaque jour sur le blog pour retrouver notre veille experte !

Nouvelles expériences de formation

Interviews

Événements

Stratégies digitales

Outils pour votre carrière : astuces, nouveaux métiers, spécial femmes, spécial journalistes...

Paroles de formés

Paroles d'experts

# COMMUNICATION ÉCRITE

## SOMMAIRE

Rédaction	235
Editing et maquette	246

# Trouver des angles print et web



S'initier aux techniques de créativité pour produire des angles percutants quel que soit le support.

## FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 80.

### PROGRAMME

#### Définir l'angle, notion journalistique essentielle

- Comprendre ce qu'est un angle journalistique.
- Lier angle et lois de proximité.
- Comprendre la différence entre sujet, angle et genre journalistique.
- Repérer des angles différents sur un même fait d'actualité.
- Comprendre comment l'angle s'inscrit dans une politique rédactionnelle.
- Connaître les éléments constitutifs de la charte rédactionnelle.
- Une charte par rubrique : un préalable à la recherche d'angles.

#### Acquérir une démarche générale de recherche d'angles

- Découvrir une méthodologie de recherche d'angles print et numérique.
- Élargir la recherche documentaire pour resserrer son angle.

- Gérer la proposition de sujet et/ou de la commande: la méthodologie du synopsis.
- L'importance de la conférence de rédaction pour déterminer et recadrer les angles print et web.
- Trouver dix angles intéressants à partir d'une même information.

#### Intégrer des techniques pour trouver des angles

- Découvrir des techniques de créativité pour des angles originaux.
- Dynamiser tout marronnier.
- Capter l'insolite et le méconnu.
- Sélectionner les techniques de recherche les plus appropriées selon le genre journalistique (portrait, reportage, enquête, etc.).

#### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

### INITIATION

Code : 43011

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 270 €

### OBJECTIFS

Comprendre la notion d'angle. Utiliser différentes techniques pour trouver des angles. Décliner son sujet en angles différents pour chaque support.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de l'écriture.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024410

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, approche ludique sur des exemples liés à l'actualité, à des thématiques, exercices pratiques.

### SESSIONS

#### Paris

7-8 février 2019  
1er-2 juillet 2019  
25-26 novembre 2019  
6-7 février 2020

#### Lyon

4-5 mars 2019  
19-20 septembre 2019  
Nantes  
7-8 février 2019  
25-26 novembre 2019

#### Bordeaux

25-26 mars 2019  
25-26 novembre 2019

#### Lille

7-8 février 2019  
25-26 novembre 2019

#### Strasbourg

8-9 avril 2019  
18-19 novembre 2019

### \* CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 14/01/2019  
Le 28/06/2019  
Le 21/01/2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

# Écrire court et dense



Livrer un maximum d'informations en un minimum de mots.

### PROGRAMME

#### Donner le message essentiel en peu de mots

- Savoir quand choisir un format court.
- Identifier les types de sujets.
- Cerner les critères de l'article court et dense.
- Prendre en compte la contrainte des lois de proximité.
- Mettre en évidence les messages essentiels.
- Travaux pratiques : recherche d'angles.

#### "Faire court" tout en livrant un maximum d'informations

- Identifier les facteurs de longueur.
- Rédiger des brèves.
- Exercices à partir de l'actualité de la semaine.

#### Couper les textes sans les amputer

- Supprimer les répétitions.
- Couper les paragraphes.
- Réduire un article long et le rendre passionnant : distribuer l'information.
- Chasser les éléments inutiles, les clichés, les redondances, les lourdeurs.

#### Enrichir l'habillage des textes courts : les techniques d'accroche

- Les techniques pour densifier titres, chapeaux, accroches, inters, légendes, attaques, chutes et relances.

#### Écrire sous format imposé

- Le traitement "à longueur variable" des informations.
- Rédiger une information en cinq, quinze, vingt-cinq et cinquante lignes.

### APPROFONDISSEMENT

Code : 35056

2 jours | 14 heures

Prix HT : 1 300 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les techniques du message essentiel. Réduire un texte en gardant l'essentiel. Maîtriser les techniques d'accroche. Respecter un format imposé.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les bases de l'écriture journalistique ou avoir suivi la formation "Écriture journalistique".

### PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs, responsables et chargés de communication. Toute personne écrivant pour une publication.

Code Dokelio : 024681

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Entraînements à la rédaction à partir des publications des participants. Nous invitons les participants à se munir de leurs publications lors de la formation.

### SESSIONS

#### Paris

4-5 février 2019  
4-5 juillet 2019  
21-22 octobre 2019  
3-4 février 2020

#### Lyon

4-5 février 2019  
21-22 octobre 2019

#### Bordeaux

4-5 juillet 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Structurer ses écrits

Acquérir une méthodologie pour structurer et rédiger ses écrits.

## PROGRAMME

### Mesurer son impact rédactionnel sur l'organisation de ses écrits

- Déterminer les critères et exigences dans la production de l'écrit.
- Découvrir son profil d'écriture : synthétique, détaillé, vendeur.
- Adapter son style à la structure de son écrit.
- Prendre conscience de son propre jugement ou de son implication dans la rédaction de l'écrit.

### Travailler le fond de ses écrits

- Adapter la structure de ses écrits en fonction de leurs objectifs, de leurs destinataires.
- Présenter des faits, des enjeux, des objectifs.
- Identifier les messages de fond que l'on veut faire passer.
- Argumenter selon l'objectif défini.
- Rédiger des conclusions qui incitent à l'action.

### Optimiser la structure grâce à la forme de ses écrits

- Utiliser à bon escient les différentes formes d'écrits.
- Mettre en valeur les informations utiles.
- Travailler les enchaînements.

## INITIATION

Code : 35067

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Utiliser les outils méthodologiques pour la conception d'un plan en fonction de ses objectifs et des destinataires.  
Énoncer le message essentiel.  
Hiérarchiser et travailler les liaisons et les enchaînements.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication écrite.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne rédigeant régulièrement.

Code Dokelio : 040617

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Ateliers d'écriture.

## SESSIONS

Paris  
29 mai 2019  
9 octobre 2019

# Perfectionner ses techniques rédactionnelles



Parfaire son style et développer sa créativité rédactionnelle.

## PROGRAMME

### Exploiter les méthodes de recherche d'angles

- Différencier l'angle principal des angles secondaires.
- Proposer des angles originaux : faire preuve de créativité.
- Utiliser le traitement multi-angles.
- Écrire efficace : sortir les chiffres, donner des clés de compréhension, préciser le contexte.

### Pratiquer les différents types de plans

- Différencier les types de plans : énumératif, par typologie, dialectique.
- Adapter la construction de son article en fonction du sujet et de son angle.

### Faire preuve de créativité dans ses écrits

- S'approprier des méthodes de créativité pour aller au-delà de ses habitudes d'écriture.
- Combiner les champs lexicaux.
- Utiliser le langage métaphorique.
- Doper ses attaques et ses chutes.
- Donner envie au lecteur de lire avec des titres accrocheurs.
- Mettre son style à l'abri des lourdeurs et clichés.

### Retravailler l'information

- Synthétiser un ou plusieurs documents.
- Écrire et habiller une synthèse à partir d'une documentation.
- Réaliser une synthèse riche et multisourcée : documents, web, téléphone.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 35076

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 270 €

### OBJECTIFS

Choisir le bon angle.  
Adopter un plan pertinent.  
Enrichir son écrit.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles ou avoir suivi la formation " Écriture journalistique ".

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, attachés de presse, rédacteurs.  
Toute personne souhaitant perfectionner ses techniques rédactionnelles.

Code Dokelio : 040613

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Entraînements à la rédaction.

## SESSIONS

Paris  
11-12 mars 2019  
11-12 juin 2019  
29-30 août 2019  
7-8 novembre 2019  
12-13 mars 2020  
Lyon  
11-12 mars 2019  
29-30 août 2019  
Bordeaux  
11-12 juin 2019  
7-8 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Écriture journalistique

Appliquer les techniques de la rédaction journalistique à sa communication écrite.



**FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format  
blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### Écrire pour son lecteur

- Identifier sa cible.
- Mettre en œuvre les lois de proximité.
- Cerner le rôle des niveaux de lecture.

### Élaborer un angle

- Distinguer l'angle du sujet.
- Décliner plusieurs angles sur le même sujet.
- Trouver l'angle qui correspond à son lectorat.
- Choisir et tenir un angle.

### Donner de l'information

- Repérer les informations majeures.
- Construire le message essentiel.
- Rédiger un chapô.
- Rédiger une brève.

### Construire un article

- Hiérarchiser les informations.
- Connaître les différents plans.
- Utiliser le plan en pyramide inversée.
- Rédiger un filet.

### Utiliser la titraille

- Connaître les différentes formes de titre.
- Rédiger un titre mixte.
- Soigner l'attaque et la chute.

### Maîtriser la structure des phrases

- Utiliser un vocabulaire concret.
- Travailler la longueur des phrases.
- Chasser le pléonasm.

## INITIATION

Code : 35000

🕒 3 jours | 21 heures

💰 Prix HT : 1 810 €

### OBJECTIFS

Rechercher un angle.  
Définir le message essentiel.  
Distinguer les différents genres journalistiques.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication écrite.  
Venir avec ses publications.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant acquérir les techniques rédactionnelles de base.

**Code Dokelio : 040476**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

Rédaction d'articles sur des thèmes variés. Analyse des publications apportées par les participants.

## SESSIONS

### Paris

7 au 9 janvier 2019  
4 au 6 février 2019  
18 au 20 mars 2019  
23 au 25 avril 2019  
22 au 24 mai 2019  
24 au 26 juin 2019  
15 au 17 juillet 2019  
26 au 28 août 2019  
18 au 20 septembre 2019  
9 au 11 octobre 2019  
20 au 22 novembre 2019  
18 au 20 décembre 2019  
6 au 8 janvier 2020  
3 au 5 février 2020  
16 au 18 mars 2020

### Lyon

18 au 20 mars 2019  
18 au 20 septembre 2019

### Bordeaux

24 au 26 juin 2019  
20 au 22 novembre 2019

### Lille

4 au 6 février 2019  
9 au 11 octobre 2019

### Strasbourg

23 au 25 avril 2019  
9 au 11 octobre 2019

### Nantes

23 au 25 avril 2019  
18 au 20 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

## Parcours

### Optimiser ses écrits

#### Écriture journalistique

3 jours  
page 237

#### Trouver des angles print et web

2 jours  
page 235

#### Structurer ses écrits

1 jour  
page 236

# Améliorer ses écrits professionnels



Renforcer l'impact d'un e-mail, d'un courrier, d'une note ou d'un compte-rendu de réunion  
Certificat Voltaire : améliorer son orthographe.

## PROGRAMME

### Les bonnes pratiques de l'écriture professionnelle

- Trier et hiérarchiser ses informations.
- Mise en valeur des arguments ou des informations clés.
- Le rôle et la place du message essentiel.

### Bien structurer son texte

- Quatre modèles de plan.
- Rédiger des titres qualifiants.
- Illustrer.

### Rédiger des phrases plus fluides

- Varier la construction et le rythme.
- Employer des mots précis.

### Le courriel, l'e-mail

- Communiquer le maximum d'informations en un minimum de mots.
- Inciter les destinataires à répondre ou à passer à l'action.

### La lettre administrative et la lettre commerciale

- Argumenter sa réponse.
- Exprimer un refus sans froisser.

### La note et le compte-rendu de réunion

- La note : la présentation, le contenu, le style.
- Les quatre types de comptes-rendus les plus utilisés.

### Le code de la route de l'écriture

- Les règles d'une bonne ponctuation.
- Typographie.

### "Certificat Voltaire"

- Le Projet Voltaire est un service en ligne de remise à niveau en orthographe permettant de s'entraîner sur toutes les difficultés abordées par le Certificat Voltaire (examen de 3 heures en présentiel).

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 35077

- 4 jours | 28 heures
- Prix HT : 1 380 €

### OBJECTIFS

Écrire utile, synthétique et attractif. Gagner en aisance, en efficacité et en rapidité. Faire preuve de créativité dans ses documents professionnels. Enrichir ses écrits pour marquer sa différence.

### PRÉREQUIS

Aucun prérequis. Les participants peuvent apporter quelques exemples de leur production écrite courante afin de les améliorer pendant la formation.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 034151

Certificat Voltaire

Copanef : 221605

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'écriture, de réécriture et de diagnostic.

## SESSIONS

### Paris

28-29 mars 2019  
3-4 juin 2019  
7-8 octobre 2019  
5-6 décembre 2019  
30-31 mars 2020

### Lyon

6-7 juin 2019  
14-15 octobre 2019

### Nantes

3-4 juin 2019  
7-8 octobre 2019

En partenariat avec



# La force de l'écriture marketing



L'art de rédiger des textes vendeurs.

## PROGRAMME

### Au cœur de l'écriture marketing : la créativité

- Entraîner son cerveau à sortir du cadre pour rédiger avec inventivité.
- Éviter de reproduire un modèle de lettre de vente, s'interdire de recopier une accroche ou une formule.
- Découvrir comment "on réinvente l'eau chaude" en croyant innover.

### Grâce à l'esprit "writer-vendeur", vendre avec brio par écrit, une idée, un produit ou un service

- Intégrer les principes d'écriture marketing applicables à tous les types de textes.
- Éviter la corbeille à papier : pièges à repérer, mots à bannir.
- Découvrir la technique du pied dans la porte.
- Adopter un style qui fait vendre, agir ou adhérer.
- Tester des formules de politesse innovantes.

### Trucs et astuces pour rédiger des formules percutantes

- Conseils pour trouver un ton qui se distingue des autres.
- Le vocabulaire : cent verbes qui font mouche.
- L'accroche c'est comme un asticot.
- Trucs des grands copywriters pour créer des promesses très attractives.

### Activité : le regard "marketeur"

- Chaque participant apporte impérativement deux documents : un dont il est satisfait et un autre qui lui plaît moins. Un exercice sera proposé le dernier jour : regard "marketeur" sur les documents apportés.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 35058

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 765 €

### OBJECTIFS

Concevoir, structurer et imaginer ses textes. Créer des accroches qui promettent. Ciseler des formules percutantes.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux des techniques du marketing.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, de marketing, rédacteurs-concepteurs.

Code Dokelio : 040477

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Création intensive d'accroches, formulations de promesses, rédaction d'une lettre de vente percutante, de l'accroche au PS.

## SESSIONS

### Paris

13 au 15 mars 2019  
5 au 7 juin 2019  
21 au 23 août 2019  
16 au 18 octobre 2019  
11 au 13 mars 2020

### Lyon

5 au 7 juin 2019  
16 au 18 octobre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Acquérir les techniques de l'interview écrite

Acquérir une méthodologie et des techniques pour pratiquer l'interview écrite.

## PROGRAMME

### L'interview : démarche d'investigation et genre journalistique

- Mesurer la finalité de l'interview.
- Distinguer les déclinaisons de l'interview, les exploiter.

### Préparer une interview écrite

- Réussir sa prise de contact, se documenter.
- Construire son questionnaire : l'arme absolue de l'interview.
- Préparer et scénariser les questions selon le type d'interview.

### Conduire une interview

- Faciliter les relations intervieweur/interviewé, une dimension psychologique à maîtriser.
- Optimiser la prise de notes, enregistrer.
- Identifier les types d'informations à recueillir.

## Sélectionner les informations

- Déterminer le message essentiel, l'angle et le plan.
- Rédiger une interview : respecter le ton, que doit-on réécrire ? Sous quelle forme ?
- Choisir les titres citations.
- Écrire les différents chapeaux.
- Rattraper une interview ratée.

## Pratiquer l'interview écrite : exercices d'application

- Écriture d'interviews.
- Interviews courtes dont "trois questions à...".
- Interviews au téléphone.
- Interviews portrait.

## Connaître le cadre juridique de l'interview.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 35002

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1 765 €

### OBJECTIFS

Préparer son interview : prise de contact, questionnaire, scénarisation.  
Conduire son interview : questions-réponses, reformulations.  
Rédiger et mettre en scène son interview.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles ou avoir suivi la formation "Écriture journalistique".

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout rédacteur d'une publication, interne ou externe.

Code Dokelio : 040629

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Mises en situation d'interview.

## SESSIONS

Paris

3 au 5 avril 2019  
23 au 25 septembre 2019

# Conduire et restituer son interview avec succès

S'approprier une méthodologie pour préparer, conduire et restituer une interview.



## PROGRAMME

### L'interview : un genre journalistique à part entière

- Les différents types d'interviews : info-enquête, portrait, témoignage.
- L'interview comme moyen de se documenter et de compléter ses sources.
- Savoir choisir l'interviewé : thème, angle, type d'interview.
- Les aspects relationnels entre intervieweur-interviewé.

### Préparer son interview et élaborer un questionnaire

- Se documenter sur le sujet traité, sur la personne interviewée.
- Choisir et prendre contact avec son interlocuteur.
- Mettre au point un questionnaire.
- Adapter ses questions en fonction du type d'interview, les scénariser.
- Diversifier ses questions : de la question ouverte à la question fermée.
- Anticiper et définir les types d'informations à recueillir.

## Conduire et restituer son interview avec succès

- Rappels sur l'écriture informative : cible, angle, message essentiel, plan.
- L'attitude de l'intervieweur : posture d'ouverture, écoute active, attitude dialoguante.
- Le rôle clé des 5 premières minutes et des 5 dernières minutes.
- Enregistrer l'interview ou prendre des notes : intérêt et inconvénient.
- Revenir sur les points sensibles, reformuler les points de détail.
- Commenter un comportement pendant l'interview.
- Le "on" et le "off".
- Les interviews au téléphone : les particularités.

## INITIATION

Code : 33012

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 480 €

### OBJECTIFS

Distinguer les différents types d'interviews.  
Préparer une interview.  
Élaborer un questionnaire.  
Mener l'interview.

### PRÉREQUIS

Être amené à conduire une interview.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication. Attachés de presse et chargés de relations presse. Toute personne susceptible de mener une interview.

Code Dokelio : 032231

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices de conduite d'interviews face caméra et restitution d'interviews à l'écrit.

## SESSIONS

Paris

21-22 mars 2019  
26-27 septembre 2019  
19-20 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intraconf@cfpj.com](mailto:intraconf@cfpj.com)

# Écrire dans l'urgence

S'organiser pour rédiger dans des délais très courts, tout en gérant son stress.

## PROGRAMME

### S'organiser pour écrire en urgence sur un événement prévu

- Repérer tout ce qu'il est possible d'anticiper sur les événements proches du bouclage (procès, match, conseil municipal, concert...).
- S'outiller pour être plus rapide sur le terrain et devant son écran d'ordinateur.
- Se rassurer avec une architecture de papier efficace et pratique.
- Mise en situation : élaboration de sa feuille de route à partir d'un exemple concret de couverture d'un événement tardif.

### S'organiser pour écrire en urgence sur un événement imprévu

- Optimiser son carnet d'adresses pour trouver très vite un interlocuteur.
- Redécouvrir l'efficacité du téléphone vs Internet dans les situations urgentes.
- S'autoriser à informer en plusieurs temps (Twitter, alerte internet, article...).
- Mise en situation : rédaction d'un article dans un temps contraint à partir d'un sujet du jour.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43086

- 1/2 journée | 4 heures
- Prix HT : 395 €

### OBJECTIFS

S'organiser pour rédiger dans des délais très courts, tout en gérant son stress.

Gérer le temps pour travailler l'information dans des délais très courts.

Gérer son stress pour rédiger un article print ou web en urgence.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

Code Dokelio : 029346

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique, mise en situation concrète, échanges de trucs et astuces.

## SESSIONS

Paris

29 mai 2019

13 décembre 2019

# Écrire avec les bons mots

Acquérir des outils pour renforcer son vocabulaire.

## PROGRAMME

### Renforcer son vocabulaire

- Les mots simples, dérivés et composés.
- Connaître les familles des mots : partir d'un mot et utiliser ses descendants.
- Jouer avec les synonymes, antonymes, homonymes et paronymes.
- Utiliser le langage métaphorique et la "lexiculture".
- Combiner les champs lexicaux.
- Traquer le sens caché des mots : polysémie.

### Choisir un capital lexique et le travailler

- Construire son répertoire, l'utiliser et l'enrichir.
- Privilégier les mots très courants.
- S'assurer du sens et du contexte des mots.
- Veiller au glissement de sens des mots.

### Améliorer son style et gagner en lisibilité

- Varier la longueur et la construction des phrases.
- Enchaîner les paragraphes, varier les mots de liaison.
- Choisir ses mots : courts, simples, concrets, corrects.
- Privilégier la forme active et le verbe d'action.
- Ponctuer à bon escient.

## INITIATION

Code : 35065

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Renforcer son vocabulaire.

Améliorer son style et gagner en lisibilité.

Construire un lexique de mots courts, simples et concrets. Accroître ses possibilités d'écriture informative et créative.

### PRÉREQUIS

Rédiger régulièrement.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne rédigeant régulièrement.

Code Dokelio : 040475

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation. Cas pratiques et des entraînements à la rédaction sur des thèmes variés.

## SESSIONS

Paris

27 mai 2019

18 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Libérer son écriture®

Sortir son style de la routine et enrichir son rédactionnel.

BEST  
OF

## PROGRAMME

### Le premier jour, vous libérez votre écriture...

- en découvrant comment les idées générales occultent les idées originales ;
- en écrivant avec votre propre style ;
- en expérimentant votre créativité.

### Le deuxième jour, vous enrichissez votre style...

- en expérimentant intensivement : analogies, comparaisons applicables à l'écriture professionnelle ou journalistique, web ou print.

### Le troisième jour, vous découvrez comment filer la métaphore journalistiquement

- accompagné d'une recette simple et originale ;
- en enrichissant vos sujets quotidiens d'images ;
- en donnant un nouvel intérêt aux "marronniers".

### Le quatrième jour, encore plus affûté,

- vous découvrez cinq procédés créatifs pour surprendre le lecteur en rédigeant avec originalité.

### Le cinquième jour, créatif confirmé,

- vous rendez encore plus performant un sujet ordinaire en utilisant 5 autres recettes qui ont fait leur preuve ;
- vous choisissez un des 13 procédés pour traiter un sujet.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 35006

- 5 jours | 35 heures
- Prix HT : 2 550 €

### OBJECTIFS

Éveiller le créatif en soi et surmonter ses appréhensions. Retrouver la confiance en son imagination.

Découvrir le plaisir de l'écriture créatrice au service de ses écrits informatifs.

Utiliser la quinzaine de procédés créatifs pour enrichir ses articles quel que soit le support papier ou web.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques d'écriture.

### PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs. Responsables ou chargés de communication.

Code Dokelio : 033212

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

- 25 au 29 mars 2019
- 13 au 17 mai 2019
- 23 au 27 septembre 2019
- 25 au 29 novembre 2019
- 23 au 27 mars 2020

# Utiliser l'écriture inclusive

Faire apparaître le féminin à l'écrit.

NEW

## PROGRAMME

### Comprendre les raisons de la disparition du féminin dans la langue française

- La règle "Le masculin l'emporte sur le féminin".
- Retour sur l'histoire de la fixation du français par l'Académie française au 17<sup>e</sup> siècle.
- La difficulté à féminiser certains noms de métiers.
- La valeur générique de certains mots : le cas du mot "homme".
- Comparaison avec les usages des autres langues européennes.

### Mesurer les conséquences de la disparition du féminin

- Étudier les erreurs de sens d'un texte où le féminin n'est pas marqué.
- L'absence d'universalité d'un texte écrit au masculin.
- Analyser les erreurs engendrées par le "masculin générique" dans la traduction.
- Comprendre les enjeux de l'écriture inclusive et sensibiliser ses collègues.

### Mettre un texte entièrement en écriture inclusive

- Trouver le féminin de chaque terme.
- Marquer les adjectifs et les substantifs au masculin et au féminin : les différentes méthodes.

### Exercices d'applications.

## INITIATION

Code : 35098

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Repenser la place du féminin dans la langue française.

Maîtriser les règles de l'écriture inclusive.

Connaître les astuces pour retrouver le féminin grammatical.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne connaissance de la langue française et un intérêt pour la grammaire. La maîtrise du code typographique est souhaitée.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public, en particulier journalistes, secrétaires de rédaction, écrivain.e.s, chargé(e)s de com.

Code Dokelio : 057747

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'application et études de cas. Travail sur des cas réels amenés par les participants.

## SESSIONS

### Paris

- 14 juin 2019
- 12 décembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Enrichir ses contenus avec le storytelling



Booster sa communication écrite grâce au storytelling.

## PROGRAMME

### Développer une nouvelle pratique narrative

- Appréhender le concept de storytelling.
- Connaître les différents usages du storytelling.

### S'approprier la spécificité d'une écriture magazine

- Identifier les champs d'application du storytelling.
- Connaître ses cibles, identifier les bons supports et le bon vocabulaire pour engager son audience.
- Utiliser les lois de proximité pour être en phase avec ses publics.
- Adopter un style actif, des formules imagées.
- Exploiter le potentiel des visuels narratifs sur les écrits.
- Raconter par séquence.
- Intégrer la dimension de plaisir dans la lecture.

### Traiter l'information de manière originale

- Chercher et mettre en vie l'insolite, l'inédit, le méconnu.
- Se mettre en quête du protagoniste idéal grâce au mind mapping.
- Rechercher les angles sur mesure au service du récit.
- Scénariser et rythmer ses écrits.
- Soigner les détails dans la description des situations ou des personnages.
- Faire appel aux cinq sens dans son écriture.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 35074

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 300 €

### OBJECTIFS

Intégrer le storytelling dans sa stratégie de communication écrite. Enrichir ses écrits avec des techniques d'écriture narrative, scénarisée et imagée. Captiver son lecteur.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles ou avoir suivi la formation "Écriture journalistique".

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à rédiger des publications et des documents.

**Code Dokelio : 024643**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Nombreux entraînements à la rédaction.

## SESSIONS

Paris

- 18-19 février 2019
- 13-14 juin 2019
- 14-15 novembre 2019

# Connaître les sources d'information des journalistes

Repérer les sources, valider les informations, instaurer la confiance, entretenir son réseau et déjouer les fake news.

## PROGRAMME

### Comment les journalistes s'informent-ils ?

- Prendre le temps nécessaire pour suivre l'actualité, s'imprégner d'un sujet avant de le traiter.
- Les informateurs naturels : les sources institutionnelles et officielles.
- Les sources qu'ils dénichent : sources documentaires et sources vives.
- Entretenir une attention permanente à son environnement.
- S'appuyer sur la force du carnet d'adresses.

### Gérer les relations avec ses sources

- Instaurer une relation de confiance.
- Différencier l'information et la communication.
- Trouver la bonne distance avec les sources.
- Entretenir les relations avec ses contacts.

### Vérifier ses informations

- Gérer le off, l'exclusivité, l'embargo, le secret professionnel, etc.

### Vérifier ses sources et croiser les informations

- Identifier les critères qui rendent une source crédible : l'indispensable fact-checking.
- Porter une attention particulière sur les sources numériques.
- Déjouer les fake news en s'appuyant sur les bases de la vérification.
- Découvrir des outils mis en place par les médias et réseaux sociaux : Facebook, Google, le Décodex du Monde.

### La place de la déontologie dans la collecte d'informations

- Ce que le journaliste peut faire pour recueillir des informations.
- Ce qu'il ne doit pas faire.
- Connaître les nouveaux textes portant sur la protection des sources journalistiques.

## INITIATION

Code : 43113

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 270 €

### OBJECTIFS

Découvrir comment les journalistes travaillent avec leurs sources. Comprendre comment vérifier ses informations. Connaître la démarche déontologique qui accompagne la relation aux sources.

### PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes dans le cadre de son activité professionnelle.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

**Code Dokelio : 024415**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exemples concrets, exercices pratiques, mises en situation.

## SESSIONS

Paris

- 18-19 février 2019
- 23-24 octobre 2019

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 75.

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Réussir sa prise de notes

S'initier à cette technique de recueil de l'information pour que ses notes soient fiables, utilisables et réexploitables dans la durée.

## PROGRAMME

### Se préparer à la prise de notes

- S'informer sur le sujet, identifier les interlocuteurs, connaître le déroulement de l'événement.
- Choisir le bon outil : du calepin à l'appli mobile en passant par le dictaphone.
- Baliser son carnet.

### Mobiliser ses qualités

- Développer son écoute.
- Mobiliser sa concentration.
- Activer sa mémoire.
- Mettre en place une organisation pour structurer ses notes.

### Prendre des notes

- Que noter ?
- Penser à la forme de ses notes : aérées, datées, lisibles dans le temps et réexploitables.
- Présentation de différentes techniques de prise de notes.
- Adopter son propre système de prise de notes.
- Utiliser un enregistreur : avantages et inconvénients.

- Saisir ses notes dans une appli mobile: avantages et inconvénients.
- Saisir l'impact de la prise de notes dans la relation à ses sources.

### Exploiter ses notes

- Mettre en forme ses notes pour en faire un matériau journalistique utilisable.
- Allonger la durée de vie de ses notes.
- Faire rebondir sa prise de notes.

### Des questions déontologiques sur la prise de notes

- Connaître les points juridiques autour de la prise de notes.
- Partage-t-on ses notes ?
- Où conserver ses blocs-notes ?
- Combien de temps conserver ses notes ?
- Mise en situation pratique : conférences de presse, interview posée, sur le terrain, etc.

## INITIATION

Code : 43112

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Connaître plusieurs techniques de prise de notes.  
Choisir le bon outil de prise de notes selon les conditions du terrain.  
Exploiter ses notes dans la durée.

### PRÉREQUIS

Être amené à prendre des notes en reportage, en réunion, en conférence, etc.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024411

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques, mises en situation.

## SESSIONS

Paris

18 avril 2019  
25 octobre 2019

### FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 76.

# Rédiger des communiqués de presse

Concevoir des communiqués de presse informatifs, clairs et percutants.



## PROGRAMME

### Le communiqué de presse : l'outil de communication essentiel pour de bonnes relations avec la presse

- La place du communiqué de presse parmi les outils de communication.
- Identifier les différents types de communiqués de presse : le factuel, l'évènementiel, l'annonce, le bilan...
- Choisir entre le communiqué de presse et le dossier de presse.
- Déterminer le type d'information, l'occasion, le destinataire, les délais.
- Diffuser un communiqué de presse sur le web.

### Structurer son communiqué de presse

- Respecter la présentation type : articulation et architecture du communiqué.
- Les mentions nécessaires à son exploitation par le journaliste.

### Identifier la teneur du message essentiel

- Définir le message essentiel.
- Activité : analyse d'une série de communiqués de presse.

### Définir l'angle, trouver un titre efficace

- Déterminer un angle.
- Trouver un titre informatif et/ou incitatif.

### Utiliser l'écriture informative

- Rédiger avec précision : être court, précis, concis.
- Choisir ses mots, construire ses phrases, respecter la ponctuation.

### Réécrire des communiqués de presse

- Les spécificités du communiqué de presse web.
- Adapter ses communiqués de presse aux modalités de diffusion : papier ou web.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 33001

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 490 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les techniques d'écriture journalistiques du communiqué de presse.  
Élaborer et structurer un communiqué de presse.  
Être synthétique tout en délivrant le message essentiel.

### PRÉREQUIS

Avoir une pratique confirmée des relations presse ou avoir suivi la formation "communiquer avec les médias".

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne devant rédiger des communiqués de presse.

Code Dokelio : 032186

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'application.

## SESSIONS

Paris

17-18 janvier 2019  
14-15 mars 2019  
24-25 juin 2019  
26-27 août 2019  
4-5 novembre 2019  
16-17 janvier 2020  
12-13 mars 2020  
Bordeaux  
24-25 juin 2019  
4-5 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Communication scientifique : vulgariser pour médiatiser



Rendre accessibles ses travaux sans en perdre le sens.

## PROGRAMME

### Intégrer les règles de construction d'un message

- Cadrer son intervention : objectif, cible, angle.
- Différencier l'intention du message et le message reçu.
- Identifier le message essentiel.
- Hiérarchiser l'information.
- Organiser le contenu : accroche, argumentation, chute, plan.

### Vulgariser un message

- Maîtriser l'emploi du jargon technique.
- Illustrer le message avec des exemples concrets.
- Varier les expériences, exemples de vulgarisation.
- Adapter fond et forme.

## Écrire simple

- Jouer avec le style et les figures.
- Varier les verbes.
- Incarner l'abstrait.
- Raconter une histoire.

## INITIATION

Code : 35097

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 310 €

## SESSIONS

Paris

- 10-11 janvier 2019
- 26-27 septembre 2019
- 13-14 janvier 2020

## OBJECTIFS

Vulgariser ses travaux et recherches pour les rendre accessibles au grand public. Passer de la complexité du contenu à la simplicité du message. Faire simple sans faire pauvre. S'amuser à vulgariser.

## PRÉREQUIS

Aucun.

## PUBLIC CONCERNÉ

Experts techniques, scientifiques, ingénieurs, chercheurs.

Code Dokelio : 057748

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Alternance de cas pratiques et de mises en situation.

# Préparer un discours pour un porte-parole

Écrire pour être compris par tous et être convaincant.

## PROGRAMME

### Les fondamentaux

- Définir son message avec pertinence.
- Construire son discours avec méthode.
- Choisir le bon style.

### Cas particuliers

- Le discours de crise.
- Faire face à un public réceptif ou réticent.
- Une méthode simple pour préparer un discours en urgence.

## Accompagner son porte-parole de A à Z

- Aspects pratiques incontournables.
- Incarner son discours pour mieux porter le message.
- Pièges et écueils à éviter.

## INITIATION

Code : 38107

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1 410 €

## SESSIONS

Paris

- 21-22 janvier 2019
- 3-4 septembre 2019
- 20-21 janvier 2020

## OBJECTIFS

Préparer et séquencer un discours en fonction du public. Mettre en place un discours de crise. Accompagner son porte-parole.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles ou avoir suivi la formation "Écriture journalistique".

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à rédiger un discours pour un tiers.

Code Dokelio : 040630

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Exercices d'application et études de discours.

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

# Rédiger des rapports et des synthèses percutants

CPF DIGITAL

Concevoir un rapport volumineux et le réduire à une synthèse d'une page...  
Le Certificat Voltaire pour améliorer son orthographe.

## PROGRAMME

### Comment élaborer un rapport

- Cerner avec justesse les attentes et les besoins des destinataires.
- Trois types de plans pour bien organiser ses données et ses informations.
- Mettre en évidence les meilleurs arguments afin de convaincre les lecteurs.
- Composer des titres accrocheurs.
- Varier la longueur et la construction des phrases.
- Élargir son champ lexical et trouver le mot précis.
- Vulgariser un concept ou un terme technique.

### L'art de la synthèse

- Distinguer le résumé de la synthèse.
- Renforcer son esprit de synthèse.
- Quel est le calibrage (nombre de mots) à ne pas dépasser ?
- Distinguer les faits ou les constats, des opinions.
- Hiérarchiser les informations.
- Élaborer un plan.
- Trouver les bons mots.

- Rédiger une attaque et une chute efficaces.
- Les règles d'une bonne ponctuation.
- Quelques règles de typographie.
- Les trois étapes d'une lecture efficace.

### "Certificat Voltaire"

- Le Projet Voltaire est un service en ligne de remise à niveau en orthographe permettant de s'entraîner sur toutes les difficultés abordées par le Certificat Voltaire (examen d'une durée de 3 heures, en présentiel).

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 35064

4 jours | 28 heures

Prix HT : 1 390 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les différents plans pour structurer.  
Renforcer son esprit de synthèse.  
Rédiger un texte court.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne qui rédige régulièrement.

Code Dokelio : 040615

Certificat Voltaire

CopaneF : 221605

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

13-14 mars 2019

20-21 juin 2019

12-13 septembre 2019

12-13 décembre 2019

11-12 mars 2020

En partenariat avec



# Académie de l'écriture - L'écrit professionnel

Développer le plaisir de l'écriture pour gagner en efficacité.

## PROGRAMME

Un programme adapté à tous ceux qui doivent rédiger des synthèses, des notes, des discours, des communiqués de presse incisifs, des journaux d'entreprise attrayants, mais aussi des plaquettes institutionnelles ou des documents commerciaux.

- Dégager un message essentiel.
- Déterminer un angle.
- Construire un plan.
- Utiliser un vocabulaire riche, diversifié, adapté au contexte.

- Maîtriser le rythme d'un texte.
- Explorer toutes les méthodes pour capter l'attention du lecteur.
- Rédiger des messages incitatifs et des titres percutants.

**La formation se déroule de 18h30 à 21h00.**

## INITIATION

Code : 32026

3.5 jours - 25 heures

Prix HT : 1 565 €

### OBJECTIFS

Optimiser ses écrits professionnels.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 47181

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

De nombreux exercices pratiques, d'ateliers d'écriture.

## SESSIONS

Paris

### Session 1

Le 14 mai, puis le 21 mai, puis le 28 mai, puis le 4 juin, puis le 11 juin, puis le 18 juin, puis le 25 juin, puis le 2 juillet, puis le 9 juillet, puis le 16 juillet 2019

### Session 2

Le 17 septembre, puis le 24 septembre, puis le 1<sup>er</sup> octobre, puis le 8 octobre, puis le 15 octobre, puis le 22 octobre, puis le 29 octobre, puis le 5 novembre, puis le 13 novembre puis le 19 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Le titre : tout un art



Acquérir les techniques pour trouver des titres qui accrochent le lecteur. Décliner son titre pour le print, le site et les réseaux sociaux.

## PROGRAMME

### Identifier les qualités d'un bon titre

- Analyser un bon titre : ce qui le distingue, ce qui le compose.
- Les fonctions des titres informatifs, incitatifs et mixtes.
- Connaître les éléments indispensables d'un titre : angle, genre, message essentiel.
- Transmettre la ligne éditoriale de son journal par les titres.

### Rédiger des titres informatifs

- Réviser les règles de base : les pièges à éviter, les différentes façons d'élaborer un titre informatif.
- Réécrire des titres creux ou imprécis.

### Rédiger des titres incitatifs

- Acquérir les méthodes de titrage par analogies, métaphores, oppositions, jeux de mots, détournements, allitérations...
- Enrichir et épurer des titres incitatifs.

### Déterminer les qualités d'une accroche

- Maîtriser les règles d'une bonne accroche.
- Surprendre et retenir l'attention.
- Rythmer les accroches.

### Titrer multi-supports

- Adapter son titre pour la presse généraliste, spécialisée, magazine, de niche.
- Découvrir les notions de référencement pour adapter ses titres aux supports numériques.
- Prévoir quatre titres pour un même article : pour le print, le site, le mobile et les réseaux sociaux.
- Nombreux travaux pratiques sur des titres print et web

## INITIATION

Code : 43017

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 270 €

### OBJECTIFS

Connaître les différentes formes de titres.  
S'initier aux techniques pour trouver un titre selon les supports.  
Articuler les différents éléments de la titraille.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024468

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

4-5 février 2019  
11-12 juin 2019  
7-8 octobre 2019  
3-4 février 2020

### Lille

11-12 juin 2019  
7-8 octobre 2019

### Bordeaux

4-5 février 2019  
7-8 octobre 2019

### Nantes

4-5 février 2019  
8 octobre 2019

### Lyon

8-9 avril 2019  
21-22 novembre 2019

### Strasbourg

15-16 avril 2019  
28-29 novembre 2019

# Rédiger sans fautes



Maîtriser les règles de grammaire et l'orthographe. Repérer et corriger ses erreurs pour obtenir une copie sans fautes. Certificat Voltaire : améliorer son orthographe.

## PROGRAMME

### Déjouer les pièges de la langue française

- Revoir de façon pratique les règles principales.
- Marquer le pluriel.
- Éviter les erreurs de ponctuation.
- Renouer avec la concordance des temps.
- Réviser les accords du participe.

### Appliquer les règles typographiques

- Bien employer les capitales et les bas de casse.
- Connaître l'écriture des chiffres et des nombres.
- Se servir du style des caractères (italique, gras, romain...).

### Identifier les difficultés usuelles

- Supprimer les néologismes abusifs ou maladroits, les archaïsmes non justifiés par le contexte, les jargons professionnels hors de propos, les anglicismes...
- Éviter les ambiguïtés et les quiproquos, éliminer les pléonasmes, les janotismes et les

mots passe-partout.

- Identifier et supprimer les barbarismes, les solécismes, les confusions entre paronymes.
- Déceler les contresens, les glissements de sens, les impropriétés...
- Vérifier les noms propres, les noms de sociétés, les sigles.

### Les outils d'aide disponibles

- Les dictionnaires et autres ouvrages de référence.
- Les logiciels de correction : leur utilisation et leurs limites.

### Les outils disponibles sur Internet.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43032

- 4 jours | 28 heures
- Prix HT : 1 395 €

### OBJECTIFS

Rafraîchir ses connaissances en grammaire, orthographe et conjugaison.  
Donner du sens à la ponctuation.  
Intervenir sur ses écrits pour les améliorer en ortho-typo.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la langue française.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024573

Certificat Voltaire

CopaneF : 221605

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Rappel des règles de grammaire, de ponctuation, dans une approche ludique.  
Chaque participant repart de la formation avec un livre de synthèse publié par l'intervenant.

## SESSIONS

### Paris

4-5 mars 2019  
27-28 mai 2019  
14-15 octobre 2019  
24-25 février 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Les fondements du SR

Acquérir les fondamentaux du secrétariat de rédaction.  
Certificat Voltaire : améliorer son orthographe.



**FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format  
blended learning  
à découvrir sur [www.cfj.com](http://www.cfj.com)

## PROGRAMME

### Définir les fonctions du secrétaire de rédaction

- Connaître ses tâches selon les types de journaux.
- Découvrir les outils du SR : rappel des points essentiels en ortho-typo, dictionnaire usuels, correcteurs, logiciels, bases de données.
- S'inscrire dans les évolutions d'un métier à géométrie variable.

### Identifier les facteurs qui facilitent la lecture

- Connaître les parcours, les temps et les niveaux de lecture pour inciter à lire.
- Connaître les lecteurs : définir leurs centres d'intérêt, appliquer les lois de proximité..
- Trouver l'angle de l'article, choisir un style de traitement journalistique.
- Repérer les différentes façons de donner le message essentiel dès les premières lignes.
- Analyser les plans et montages des papiers.

### Mettre en œuvre les techniques de relecture de la copie

- Dénicher rapidement les fautes d'orthographe et de grammaire. Peigner le texte pour en améliorer la syntaxe, le rythme, la ponctuation...
- Assurer la qualité typographique.
- Accroître la lisibilité du texte en soignant les mots, les phrases.
- Vérifier la cohérence des informations, leur formulation et le droit de la presse.

### Choisir de réécrire un papier

- Distinguer les 12 bonnes raisons de réécrire un article.
- Établir un diagnostic de réécriture.
- Les critères de coupe.
- Exercices de coupe et de rewriting.

### Intégrer les niveaux de titraillage dans un article

- Comprendre le rôle du rubricage et des éléments de la titraillage.
- Atelier de titres, accroches, chapeaux, intertitres, exergues, relances, légendes pour des quotidiens et des magazines.

### Mettre en scène l'information

- Analyser les éléments visuels et rédactionnels qui tracent la ligne éditoriale du journal.
- Lire une image et l'analyser dans son rapport avec le titre.
- Travailler dans une formule (sous réserve que les participants maîtrisent XPress et/ou InDesign).
- Appliquer des principes déontologiques à chaque étape du travail de SR.

## INITIATION

Code : 43031

🕒 7 jours | 49 heures

💰 Prix HT : 2 095 €

## OBJECTIFS

Définir les fonctions du secrétaire de rédaction.

Intervenir sur un article avant sa parution.

Maîtriser les techniques de l'editing.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles, avoir une bonne orthographe et une initiation PAO.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

**Code Dokelio : 024558**

**Certificat Voltaire**

**CopaneF : 221605**

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Modules VOD avant la formation, présentation interactive, exercices pratiques.

## SESSIONS

En 5 jours

14 au 18 janvier 2019

25 au 29 novembre 2019

13 au 17 janvier 2020

En 3 + 2 jours

1 au 3 juillet puis les 26-27 août 2019

En partenariat avec



## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfj.com](http://www.cfj.com)

par mail : [inscription@cfj.com](mailto:inscription@cfj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfj.com](mailto:intracfpj@cfj.com)

## Parcours

### Être un pro du rewriting

#### Améliorer son rewriting

3 jours

page 248

#### Pratiquer l'editing multisupport

3 jours

page 92

#### Le droit de la presse

2 jours

page 136

# Améliorer son rewriting



Maîtriser les techniques de réécriture pour enrichir, compléter, simplifier et dynamiser les textes.  
Certificat Voltaire : améliorer son orthographe.

## PROGRAMME

### Identifier les 12 bonnes raisons de réécrire un article

- Planter un décor et raconter une histoire à son lecteur.
- Connaître les critères de coupe.
- Réécrire avec clarté et concision sans dénaturer.
- Travailler les phrases, le vocabulaire, au service d'une écriture efficace
- Adapter la ponctuation.

### Conserver un style rédactionnel

- Déterminer et reproduire le rythme et la sonorité d'un style.
- Appliquer une logique de liaison entre les paragraphes.
- Compléter l'article avec des figures de rhétorique.
- Établir une articulation cohérente dans la titraile.
- Harmoniser les attaques et les chutes.
- Adapter la titraile au style.

### Restructurer un article

- Déterminer l'angle, identifier le message essentiel.

- Choisir le meilleur plan de construction d'un papier selon les informations et le genre journalistique.
- Regrouper et hiérarchiser les informations.

### Maîtriser les incontournables du SR

- Contrôler, actualiser, compléter l'information de l'article.
- Valider le contenu.
- Vérifier l'ortho-typo.

### Réécrire le même texte « à la manière de... »

- Analyser les médias et leur lectorat.
- Étudier leur façon de traiter divers genres journalistiques.
- S'inspirer de leur ton et de leur vocabulaire.
- Reprendre leur manière d'habiller l'information.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

#### CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
21/02/2019 - 04/07/2019  
06/02/2020

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43033

- 5 jours | 35 heures
- Prix HT : 1 450 €

### OBJECTIFS

Déterminer quand il est nécessaire de réécrire un papier.  
Appliquer un style rédactionnel à un article.  
Retravailler un article sans le dénaturer.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne orthographe, connaître les techniques rédactionnelles.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 024576

Certificat Voltaire

CopaneF : 221605

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices pratiques. Les participants sont invités à venir en formation avec des textes à retravailler.

## SESSIONS

### Paris

6 au 8 mars 2019  
10 au 12 juillet 2019  
18 au 20 novembre 2019  
26 au 28 février 2020

### Nantes

6 au 8 mars 2019  
18 au 20 novembre 2019

### Bordeaux

1<sup>er</sup> au 3 avril 2019  
14 au 16 octobre 2019

### Lyon

25 au 27 mars 2019  
21 au 23 octobre 2019

### FORMATS AU CHOIX : présentiel ou blended

Déroulé pédagogique du format blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) ou voir page 77.

En partenariat avec



# Maîtriser les techniques de la relecture et de la correction



Optimiser la lisibilité rédactionnelle et éditoriale, Certificat Voltaire : améliorer son orthographe.

## PROGRAMME

### Respecter le code typographique

- Utiliser correctement les capitales.
- Écrire les nombres : en chiffres ou en lettres ?
- Appliquer correctement les règles pour les sigles et les abréviations.
- Employer l'italique à bon escient.

### Améliorer la qualité rédactionnelle

- Chasser les fautes d'orthographe et de syntaxe.
- Adopter une ponctuation sobre et logique.
- Utiliser les logiciels de correction, les dictionnaires et les signes de correction.
- Vérifier la justesse des informations.
- Respecter le droit de la presse.
- Intégrer les règles de lisibilité.
- Respecter la hiérarchie de l'information.

### Maîtriser les usages typographiques pour la mise en pages

- Distinguer les quatre grandes familles de caractères typographiques.
- Soigner le gris typographique.
- Offrir une bonne lisibilité.
- Capter l'attention du lecteur.

### Créer sa boîte à outils

- Les outils disponibles sur Internet.

### "Certificat Voltaire"

- Le Projet Voltaire est un service en ligne de remise à niveau en orthographe permettant de s'entraîner sur toutes les difficultés abordées par le Certificat Voltaire (examen d'une durée de 3 heures, en présentiel).

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 35021

- 4 jours | 28 heures
- Prix HT : 1 340 €

### OBJECTIFS

Acquérir les réflexes de relecture depuis la copie jusqu'à la mise en pages.  
Connaître les règles du code typographique.  
Repérer les fautes d'orthographe et de syntaxe, ponctuer de façon logique.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture informative

### PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs, secrétaires de rédaction, éditeurs, chargés de communication.

Code Dokelio : 040621

Certificat Voltaire

Code CopaneF : 221605

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Nombreux exercices pratiques.

## SESSIONS

### Paris

4-5 mars 2019  
26-27 juin 2019  
9-10 septembre 2019  
28-29 novembre 2019  
5-6 mars 2020

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Maîtriser les techniques d'une lecture efficace

Maîtriser les techniques de lecture pour gagner en efficacité.

## PROGRAMME

### Développer sa précision et sa rapidité visuelle

- Établir son autodiagnostic.
- Connaître les mécanismes de la lecture.
- S'entraîner à la lecture guidée.
- Repérer les freins à la lecture rapide.

### Développer sa souplesse visuelle

- S'entraîner à la flexibilité.
- Acquérir de nouveaux mécanismes de lecture.

### Découvrir et s'approprier les stratégies de lecture

- Connaître les cinq stratégies de lecture : repérage, écrémage, survol, approfondissement et détente.
- S'approprier les techniques de l'écrémage et du survol.
- Pratiquer une lecture questionnante.

## S'échauffer pour lire plus vite

- Augmenter sa vitesse de lecture et sa mobilité oculaire.
- Choisir sa stratégie de lecture en fonction de son objectif.
- S'entraîner à formuler un objectif de lecture.
- Mobiliser ses ressources personnelles pour lire avec plus d'efficacité.

## Lire pour mémoriser

- Acquérir la méthodologie de l'approfondissement.
- Prendre des notes pour mémoriser à long terme.

## INITIATION

Code : 35060

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1 220 €

## OBJECTIFS

Appliquer les stratégies de lecture. Choisir une stratégie selon un objectif et mobiliser ses ressources (mémorisation, rapidité et souplesse visuelle) pour lire efficacement sur papier et sur écran.

## PRÉREQUIS

Aucun.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 040619

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation. Nombreux exercices pratiques.

## SESSIONS

Paris

19-20 juin 2019  
30 septembre - 1<sup>er</sup> octobre 2019  
3-4 février 2020

# La PAO : les fonctions essentielles

Comprendre l'environnement de la PAO et la chaîne graphique pour gérer la production de ses documents professionnels.

## PROGRAMME

### Comprendre l'environnement technique de la PAO

- InDesign : les outils graphiques pour la mise en pages de documents professionnels.
- Photoshop : optimiser la qualité des images en vue de leur reproduction.
- Découvrir la mise en pages PAO.

### Créer une mise en pages active avec InDesign

- Gérer la typographie et les images.
- Créer une maquette, concevoir une page type, mettre en pages des documents longs.
- Gérer ses couleurs dans le respect de la charte graphique.
- Modifier et formater le texte, automatiser les réglages.
- Importer les images, les adapter à la maquette.

### Optimiser le traitement de ses images avec Photoshop

- Modifier les types et les modes d'images.
- Faire des corrections de couleur, intervention sur la colorimétrie, montages photos.
- Sauvegarder pour exportation vers d'autres logiciels.

### Développer sa créativité avec Illustrator

- Associer le dessin vectoriel, le texte et les photos.
- Réaliser l'enrichissement typographique du texte.
- Effectuer remodelages, déformations et effets 3D.
- Créer des dessins, logos et graphes.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 35069

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1 710 €

## OBJECTIFS

Créer une mise en pages avec Indesign. Traiter ses images avec Photoshop. Développer sa créativité avec Illustrator.

## PRÉREQUIS

Une connaissance de l'outil informatique est indispensable.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne voulant se familiariser avec les outils PAO.

Code Dokelio : 040623

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Utilisation de logiciels de PAO, réalisation d'un document associant mise en pages, photo et infographie.

## SESSIONS

Paris

24 au 26 juin 2019  
18 au 20 novembre 2019  
24 au 26 février 2020

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# InDesign - Niveau 1

BEST  
OF

Comprendre les principes d'InDesign pour créer ou modifier des publications professionnelles.

## PROGRAMME

### Définir la place d'InDesign dans la chaîne graphique

- Décrire la chaîne graphique et identifier le rôle "assembleur" d'InDesign.
- Comprendre la nécessité de préparer les éléments textes et images en amont.
- Connaître la destination des fichiers réalisés avec InDesign.

### Comprendre les principes d'InDesign

- Différencier la création graphique et l'exécution de la mise en pages.
- Définir les grandes étapes pour concevoir une mise en pages.
- Se repérer dans l'interface.
- Créer un document recto-verso.
- Importer et enrichir un texte court.
- Lister les différences entre images en pixels, images vectorielles et images mixtes.

### Elaborer une méthode de travail efficace

- Évaluer les méthodes utilisées dans l'exercice.
- Structurer le fichier.
- Concevoir un plan d'action selon le document à réaliser.
- Comprendre l'intérêt d'un bon réglage du logiciel et définir un paramétrage efficace dans InDesign.

### Réaliser un document structuré

- Paramétrer le document.
- Placer et structurer le texte.
- Structurer la typographie.
- Structurer des légendes et des encadrés.
- Mettre en forme les tableaux.
- Placer et structurer les images.
- Créer des effets graphiques.
- Finaliser le document.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 35042

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2 200 €

### OBJECTIFS

Comprendre les principes d'InDesign pour créer ou modifier des publications professionnelles. Définir la place d'InDesign dans la chaîne graphique. Découvrir les fonctionnalités clés d'InDesign. Réaliser un document structuré.

### PRÉREQUIS

Une connaissance de l'outil informatique est indispensable.

### PUBLIC CONCERNÉ

SR, maquettistes, chargés de communication, de marketing, d'édition.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mise en pratique grâce à de nombreux exercices.

## SESSIONS

Paris

- 11 au 15 février 2019
- 8 au 12 juillet 2019
- 21 au 25 octobre 2019
- 9 au 13 décembre 2019

En partenariat avec



# InDesign - Niveau 2

BEST  
OF

Réaliser des publications complexes et structurées avec InDesign.

## PROGRAMME

### Structurer un document

- Rappeler les grandes étapes de conception d'une mise en pages avec InDesign.
- Comprendre l'intérêt de la dépendance entre gabarits.
- Déterminer quand créer des styles typographiques.

### Paramétrer InDesign et créer des documents complexes

- Comprendre l'intérêt d'un bon réglage initial du logiciel.
- Définir un espace de travail et des Préférences efficaces.
- Mettre en place des Préférences spécifiques au document.
- Concevoir le Nuancier de couleur du document.
- Créer des gabarits dépendants.
- Numéroter les pages et placer des titres courants.

### Maîtriser les styles typographiques, imbriqués et les séquences de style

- Placer du texte avec ou sans sa typographie initiale.
- Structurer le texte par des styles de paragraphe élaborés.
- Gérer les variantes typographiques locales.
- Gérer des notes de bas de pages.
- Générer un sommaire.
- Placer des titres courants variables.

### Créer des styles de bloc de texte, d'image et graphique

- Créer des objets de forme élaborée.
- Importer, incorporer ou coller des images en pixels et des images vectorielles.
- Structurer les aspects graphiques des blocs.

### Finaliser le document

- Finaliser la mise en pages.
- Contrôler le fichier.
- Transférer la mise en pages.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## APPROFONDISSEMENT

Code : 35043

- 🕒 4 jours | 28 heures
- 💰 Prix HT : 1 850 €

### OBJECTIFS

Structurer un document. Paramétrer efficacement InDesign et créer des documents complexes. Maîtriser les styles typographiques, imbriqués, les séquences de style. Créer des styles de bloc de texte, d'images et graphiques.

### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "InDesign niveau 1" ou maîtriser les fonctions de base de ce logiciels (gabarits, colonnes, marges, calques, chaînage de texte).

### PUBLIC CONCERNÉ

SR, DA, graphistes, maquettistes, chargés de communication, de marketing, d'édition.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mises en pratique avec de nombreux exercices.

## SESSIONS

Paris

- 4 au 7 mars 2019
- 23 au 26 septembre 2019
- 17 au 20 décembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# PHOTO ET INFOGRAPHIE

## SOMMAIRE

Les bases de la photo de presse	252
Communiquer par l'image	253
Réussir ses photos	253
Réaliser un portrait photo	254
Appliquer les techniques de l'iconographie	254
Concevoir un reportage photo	255
Rechercher et choisir des images	256
LightRoom	256
S'initier au datajournalisme	257
Infographie : les bonnes pratiques	257
Photoshop - Niveau 1	258
Photoshop - Niveau 2	258

J'ai les bonnes bases maintenant pour faire des photos, notamment pour les formats et les tailles de photos selon le support de parution.

**Pascal**  
Journaliste en presse magazine

Participant à la formation «Les bases de la photo de presse» page 252

# Les bases de la photo de presse

S'initier aux paramètres photographiques, réaliser et présenter un sujet photo, pour le print et le web.



**2 FORMATS AU CHOIX : présentiel ou blended**  
Déroulé pédagogique du format blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### S'initier aux fonctions de son appareil

- Prendre en main l'appareil photo.
- Découvrir les paramètres fondamentaux : vitesse, ouverture, ISO et modes de prise de vue.
- Comprendre le principe de la lumière.
- Atelier : gagner en rapidité, apprendre à se placer, connaître le mode adapté.

### Connaître les spécificités de la photographie numérique

- Comprendre les notions de définition et de résolution des images.
- Apprendre à trier, organiser et archiver son flux photographique.
- Atelier : exercices de post-production des clichés.

### Réussir un portrait

- Démontrer la force de ce genre photographique.
- Connaître les différentes étapes, de la préparation à la prise de vue.
- Atelier : réalisation d'un portrait en situation de production.

### Partir en reportage

- Construire son sujet et effectuer les repérages sur le terrain.
- Rédiger un synopsis et choisir son angle.
- Construire un récit en images.

### Gagner en aisance dans sa prise de vue

- Les astuces à connaître pour gagner en rapidité.
- Apprendre à se placer.
- Appliquer des principes déontologiques à chaque étape de réalisation de son reportage photo.

### Appliquer les principes d'édition et de mise en pages

- Exercices d'édition des différents reportages et portraits photo de la semaine.
- Poser les principes de lecture et d'analyse de l'image.
- Les bases du droit en photographie.
- Présenter son travail photographique.

### Débrief et conseils sur le travail des participants

## INITIATION

Code : 43046

🕒 5 jours | 35 heures

💰 Prix HT : 1780 €

## OBJECTIFS

S'initier aux fonctions techniques de son appareil photo. Maîtriser la prise de vue sur le terrain. Réaliser un reportage photo.

## PRÉREQUIS

Venir en formation avec son appareil photo.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024465

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices pratiques, mises en situation réelles sur le terrain.

## SESSIONS

### Paris

21 au 25 janvier 2019

15 au 19 juillet 2019

18 au 22 novembre 2019

20 au 24 janvier 2020

## CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

Le 18/02/2019

Le 12/09/2019

Le 18/02/2020

Durée : 1 heure

Tarif HT : 120 € HT

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intrafpj@cfpj.com](mailto:intrafpj@cfpj.com)

## Parcours

### Communiquer par l'image

#### Communiquer par l'image

1 jour

page 253

#### Rechercher et choisir des images

2 jours

page 256

#### Infographie : les bonnes pratiques

2 jours

page 257



# Communiquer par l'image

Enrichir son identité visuelle pour optimiser l'impact de sa communication.

## PROGRAMME

### Sémiologie de l'image

- Les bases de la sémiologie de l'image pour élaborer une politique photo.
- Les méthodes pour aiguïser son œil au quotidien : atelier de lecture d'image.
- Les niveaux de lecture et les valeurs d'une image pour mesurer leur impact sur le lectorat.

### L'image dans la mise en pages

- Traiter visuellement l'information : concevoir avec l'image.
- Atelier d'analyse de l'image dans une mise en pages : leur rôle, place et objectif.
- Réduire la polysémie pour optimiser sa narration visuelle.

## Choisir l'image

- Identifier les besoins visuels d'une publication.
- Varier les typologies iconiques dans une publication.
- Atelier de recherche et choix d'image : quelle image pour quel usage.

## INITIATION

Code : 35031

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Analyser l'impact des images sur son lectorat.  
Comprendre les différentes valeurs d'une image.  
Varier les typologies iconiques d'une publication.  
Réduire la polysémie pour optimiser la narration visuelle.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne confrontée à un choix d'images ou désirant acquérir une culture de l'image.

Code DOKÉLIO : 040626

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

28 mai 2019  
19 novembre 2019

### CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 01/02/2019  
Le 30/08/2019  
Le 28 février 2020  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120 € HT

# Réussir ses photos

Prendre des photos pour améliorer la qualité des publications print et web.

## PROGRAMME

### Prendre en mains l'appareil photo et maîtriser les réglages de base de son utilisation

- Exposition et mise au point.
- Réglages spécifiques au numérique : résolution, compression, balance de blancs.
- Exercices de photos d'illustration.

### Passer de la prise de vue à l'utilisation de la photographie pour un support de communication

- Réaliser des photos lisibles, attractives, informatives.
- Les genres journalistiques et leur préparation.
- Exercices : commande d'un portrait simple et sa réalisation. Commande d'un reportage de base et sa réalisation.

## Analyser ses travaux d'editing

- Retour sur le vécu, l'expérience des participants, leurs besoins et leurs contraintes.
- Travaux pratiques pouvant reposer sur des publications apportées par les participants.

### Les participants doivent venir avec leur appareil photo et en avoir lu la notice.

## INITIATION

Code : 35034

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1710 €

### OBJECTIFS

Prendre des photos pour améliorer la qualité des publications print et web.  
Maîtriser un appareil numérique et ses réglages de base.  
Préparer et réaliser des prises de vue lisibles, attractives et informatives en portraits, reportages, et photos d'illustration.

### PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base de son appareil photo.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne qui pratique occasionnellement la photographie pour un support de communication

Code DOKÉLIO : 040628

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mises en situation avec son appareil photo numérique. Travaux pratiques reposant sur des publications apportées par les participants.

## SESSIONS

Paris

15 au 17 mai 2019  
25 au 27 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Réaliser un portrait photo

Réussir ses prises de vue de personnages.



## PROGRAMME

### Connaître les caractéristiques du portrait photo

- Utiliser différentes valeurs de plans.
- Repérer les nouvelles tendances du portrait photo.
- Gérer le cas particulier des selfies : penser au cadrage, aux incrustations textes ou illustrations.

### Mise en situation : réalisation de portraits dans différents contextes

#### Adapter le portrait photo à son support de diffusion

- Identifier l'objectif rechercher dans le portrait : présenter le personnage, présenter son activité, sa personnalité.
- Réaliser un portrait photo pour un reportage, une enquête, une interview.

- Trouver le style de portrait photo qui accompagne le positionnement de sa publication.
- Réaliser un portrait pour les supports numériques : les formats à connaître et les outils à maîtriser.

### Atelier pratique : traitement de la photo portrait jusqu'à sa mise en ligne

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43129

- 1/2 journée | 4 heures
- Prix HT : 395 €

## SESSIONS

Paris

29 mai 2019

13 décembre 2019

### OBJECTIFS

Réussir le portrait-photo des personnes rencontrées en vue de la parution d'un article. Connaître les paramètres techniques de la photo. Travailler le cadre, le fond, la lumière.

### PRÉREQUIS

Pratiquer régulièrement la photo. Les participants sont invités à venir en formation avec leur appareil photo.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Atelier pratique.

# Appliquer les techniques de l'iconographie

Acquérir la méthodologie pour améliorer l'indexation de ses photos.



## PROGRAMME

### S'initier à la sémiologie de l'image

- Connaître les fondamentaux de la sémiologie de l'image pour élaborer une politique photo.
- Découvrir des méthodes pour aiguïser son oeil au quotidien.
- Se familiariser avec les niveaux de lecture et les valeurs d'une image.

### Intégrer l'image dans la mise en pages

- Traiter visuellement l'information : concevoir avec l'image.
- Optimiser sa narration visuelle.
- Analyser les images dans une mise en pages.

### Utiliser des images numériques

- Assimiler les spécificités techniques de la photo numérique : quel fichier commander au photographe, transmettre au maquettiste, envoyer pour l'impression ou la diffusion web ?

### Produire des images

- Définir et quantifier le besoin.
- Choisir le photographe et fixer un tarif.
- Passer commande et rédiger les contrats, les autorisations.

### Gérer les images

- S'initier à un logiciel pour optimiser la gestion des photographies.
- S'initier à la sélection, l'indexation et la valorisation des photographies.

### Rechercher et choisir des images

- Déterminer les critères de recherche pour gagner en efficacité et pertinence.
- Se familiariser avec les fonctionnalités des bases de données et leurs moteurs de recherche.
- Identifier les différentes modalités d'accès et d'acquisition des images.

## INITIATION

Code : 43130

- 4 jours | 28 heures
- Prix HT : 1750 €

## SESSIONS

Paris

8 au 11 avril 2019

7 au 10 octobre 2019

### OBJECTIFS

Acquérir les méthodes de recherche et d'édition des professionnels de la photo. Enrichir l'identité visuelle d'une publication. Enrichir ses sources iconographiques.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de l'information et de la communication par l'image.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices concrets, échanges de bonnes pratiques.

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Concevoir un reportage photo



Préparer son reportage photo pour réussir ses prises de vues sur le terrain, en vue d'une parution print ou web.

**FORMATS AU CHOIX :**  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format blended learning  
à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## PROGRAMME

### Connaître les caractéristiques du reportage photo

- Identifier les différents types de reportage photographique : d'actualité, d'illustration.
- Connaître les particularités du reportage photo selon les types de presse.
- Repérer les principes du reportage photo pour les supports numériques.

### Atelier pratique

#### Connaître les paramètres de prise de vue

- Se familiariser avec les principes de la taille, définition et résolution des fichiers.
- Gérer la lumière.
- Définir les formats pour gérer une production destinée au print et aux supports numériques.

### Préparer son reportage photo

- Mettre en place une méthode de recherche de thèmes de reportage, de sujets et d'angles.
- Effectuer un travail de repérage et de vérification des informations.
- Évaluer l'organisation et la faisabilité de son reportage : choisir son matériel, tenir compte des conditions météo, gérer les temps de déplacement, appréhender la situation sur place.

### Réaliser son reportage photo

- Rédiger un synopsis.
- Choisir son angle et le traduire en images.
- Travailler la photo d'ouverture.
- Enrichir son reportage : photos complémentaires, respect d'un style visuel et variation des plans.
- Connaître les nouvelles tendances du reportage.
- Concevoir un scénario.

### Atelier pratique sur le terrain

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43068

🕒 3 jours | 21 heures

💰 Prix HT : 1230 €

## OBJECTIFS

Connaître les particularités du reportage photo.  
Prendre des photos sur le terrain.  
Raconter une histoire en images.

## PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi "Les bases de la photo de presse" ou maîtriser les paramètres techniques de la photo. Venir en formation avec son appareil photo.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024706

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices concrets et mise en pratique sur le terrain.

## SESSIONS

### Paris

15 au 17 avril 2019

13 au 15 novembre 2019

### Lyon

24 au 26 avril 2019

9 au 11 octobre 2019

### Strasbourg

20 au 22 mai 2019

4 au 6 novembre 2019

### Bordeaux

10 au 12 avril 2019

18 au 20 novembre 2019

### Nantes

19 au 21 juin 2019

2 au 4 décembre 2019

### Lille

15 au 17 avril 2019

13 au 15 novembre 2019

## CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation

En option

Le 14/02/2019

Le 08/07/2019

Le 08/02/2020

Durée : 1 heure

Tarif HT : 120€ HT

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00

sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)

et pour du sur mesure :

[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

## Parcours

### Être un pro du visuel

**Appliquer les techniques de l'iconographie**

4 jours

page 254

**Rechercher et choisir ses images**

2 jours

page 256

**S'initier au datajournalisme**

2 jours

page 257

# Rechercher et choisir des images

Enrichir ses sources iconos, acquérir les méthodes de recherche et d'édition professionnelles.

## PROGRAMME

### Connaître la demande iconographique

- Analyser une requête iconographique et adapter la réponse en tenant compte du budget et des délais.
- Déterminer les critères de recherche pour gagner en efficacité et en pertinence.
- Atelier de décryptage de différentes politiques photo.

### Solliciter les sources iconographiques

- Panorama des différentes typologies de sources iconographiques françaises et internationales: les agences, les collectifs, les auteurs, les plateformes...
- Enrichir ses sources pour affirmer l'identité visuelle d'une publication.
- Maîtriser les fonctionnalités des bases de données et leurs moteurs de recherche.
- Analyser les différentes modalités d'accès et d'acquisition des images.

### Ateliers pratiques de recherche iconos sur différents sujets

#### Faire une proposition iconographique

- Atelier d'édition : sélectionner les meilleures images et valoriser ses propositions visuelles.
- Négocier et contractualiser l'acquisition des photographies.
- Connaître les obligations du suivi de l'utilisation des images, de leur mise en page jusqu'à leur diffusion.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 43048

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1095 €

### OBJECTIFS

Découvrir les différentes typologies de sources iconographiques. Identifier les besoins visuels d'une publication. Maîtriser la méthodologie de recherche d'images en ligne.

### PRÉREQUIS

Être amené à effectuer des recherches d'images pour illustrer ses articles, son site.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024949

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, exercices, mises en application pratique.

## SESSIONS

Paris

24-25 janvier 2019  
19-20 septembre 2019

# LightRoom

Gérer une photothèque et maîtriser les bases du développement des formats RAW et JPEG.



## PROGRAMME

### Découvrir l'interface et les options d'importation

- Personnaliser l'interface, les options de vue, le fonctionnement des modules et panneaux.
- Choisir une méthode d'importation.
- Décrire les options d'importation des vidéos et photos en RAW, JPE, TIFF ou PSD, en RVB ou CMJN.

### Régler les Préférences

- S'approprier les préférences de l'application.
- Anticiper le choix des aperçus.
- Partager des Préférences.

### Planifier une gestion sécurisée du stockage des photos et vidéos

- Schématiser son organisation pour stocker ses images.
- Gérer une base de données Lightroom.
- Définir une méthodologie de sauvegarde.

### Catégoriser, rechercher et filtrer

- Appliquer et analyser rapidement

les métadonnées.

- Retrouver et comparer des images par l'outil Recherche, par les filtres métadonnées et les marqueurs.
- Différencier les collections.
- Préparer et appliquer une liste de mots-clés.
- Construire, exporter et importer un thésaurus.

### Concevoir, planifier ses développements et préparer des paramètres prédéfinis

- Distinguer les outils de base: recadrage, balance des blancs, courbes, etc.
- Utiliser les corrections géométriques d'objectifs.
- Opérer la correction des défauts et les retouches localisées.

### Finaliser le flux de travail

- Organiser des passerelles avec d'autres logiciels.
- Définir une stratégie d'export selon la destination.
- Exporter vers les services de publication automatisée pour le web.

## INITIATION

Code : 43105

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1600 €

### OBJECTIFS

Découvrir l'interface et les options d'importation. Planifier une gestion sécurisée du stockage des photos et vidéos. Catégoriser, rechercher et filtrer.

### PRÉREQUIS

Maîtriser l'informatique.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public devant gérer professionnellement des photos.

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, démonstrations et mises en pratique grâce à de nombreux exercices. Il est souhaitable que les participants viennent avec une copie de leur stock d'images afin de se plonger dans des conditions réelles de catalogage et d'édition.

## SESSIONS

Paris

1<sup>er</sup> au 3 avril 2019  
23 au 25 septembre 2019  
16 au 18 décembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# S'initier au datajournalisme



Raconter des histoires interactives à partir de bases de données et avec des graphiques.

## PROGRAMME

### S'initier aux outils du datajournalisme

- Se familiariser avec le tableur de données : découvrir cet outil indispensable au datajournaliste.
- Rechercher les informations et les sources propices au datajournalisme.
- Travailler à partir de l'open data, des rapports publics, du crowdsourcing...

**Mise en situation : sur la base d'un sujet d'actualité, recherche des données, exploration des croisements et enrichissements possibles**

### Exploiter les données recueillies pour raconter des histoires

- Raconter visuellement les résultats de cette enquête data.
- Choisir des visualisations adéquates.
- Connaître les outils libres et gratuits pour construire son récit graphique et interactif

**Atelier pratique : réalisation collective d'une enquête en ligne**

## INITIATION

Code : 46126

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1200 €

### OBJECTIFS

Utiliser les fonctions de bases d'un tableur.  
Découvrir les bases de données, sources volumineuses d'informations.  
Concevoir un récit graphique et interactif.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne agilité numérique, être prêt à plonger dans Excel.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, tous producteurs de contenus numériques.

**Code DOKÉLIO : 029308**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, session pratique pour réaliser rapidement ses premiers sujets en datajournalisme.

## SESSIONS

Paris

24-25 janvier 2019  
3-4 octobre 2019

### CLASSE VIRTUELLE

Retour d'expérience post-formation  
En option  
Le 21/06/2019  
Le 16/12/2019  
Durée : 1 heure  
Tarif HT : 120€ HT

En partenariat avec

**WEDODATA**

# Infographie : les bonnes pratiques

Obtenir des infographies de qualité.

## PROGRAMME

### Identifier les qualités d'une bonne infographie

- Définitions et utilisations.
- Aspects historiques.

### Respecter le processus d'élaboration

- Écrire des informations à l'aide de schémas et de graphiques.
- Choisir un angle.

### Typologie des infographies

- L'infographie et les niveaux de lecture.
- Les fonds et la typographie. La lisibilité.
- L'intégration des infographies dans la maquette.
- Rapport texte/image.
- Analyse d'infographies de publications françaises et internationales.

### Analyser les différents types d'outils

- Les graphiques.
- Analyse outil par outil de différentes infographies parues.

### Les infographies "magazines"

- Hiérarchisation, scénarisation.
- Travaux pratiques.

### Décoder les signaux graphiques

- Les codes visuels. La couleur.

### Les sources documentaires

- La collecte des informations.
- Les sources statistiques et économiques.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 35030

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1220 €

### OBJECTIFS

Élaborer rédactionnellement une infographie et sa traduction graphique.  
Commander une infographie à une agence.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs, responsables de rédaction, secrétaires de rédaction et maquettistes.

**Code DOKÉLIO : 040627**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

9-10 mai 2019  
4-5 juillet 2019  
2-3 décembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Photoshop - Niveau 1

Réaliser des détourages et créer des photomontages.



## PROGRAMME

### Prendre en main Photoshop

- Se familiariser avec l'interface et la navigation.
- Paramétrer les Préférences de Photoshop.
- Découvrir Bridge.

### Comprendre les aspects techniques d'une image

- Distinguer les modes RVB et CMJN.
- Paramétrer la bonne résolution pour avoir une page bien imprimée.
- Choisir les bonnes options pour réduire la taille d'une image.

### Retoucher, sélectionner et détourer les parties d'une image

- Paramétrer un recadrage et désincliner une image.
- Compléter les parties vides d'une photo avec la fonction Remplir.
- Choisir et utiliser les outils de sélection appropriés pour opérer des détourages.
- Gérer les options de sélection, opérer des sélections précises avec l'outil Plume.

### Régler la chromie d'une image

- Émettre un diagnostic quant à la qualité d'une image.
- Tester et paramétrer les options de corrections automatiques.
- Choisir le réglage adapté pour corriger l'image.
- Assembler des calques de réglages pour cibler une correction sur une partie de l'image.

### Créer un montage photo

- Connaître les différents types de calques.
- Créer un document contenant plusieurs calques.
- Appliquer des effets créatifs.

### Finaliser et enregistrer une image

- Améliorer la netteté d'une image avec le filtre Accentuation.
- Identifier le bon format d'enregistrement pour l'usage voulu.

### Nombreux exercices pratiques

## INITIATION

Code : 35046

- 🕒 5 jours | 35 heures
- 💰 Prix HT : 2200 €

### OBJECTIFS

Prendre en main Photoshop. Retoucher, sélectionner et détourer les parties d'une image. Finaliser et enregistrer une image.

### PRÉREQUIS

Une connaissance de l'outil informatique est indispensable.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public ayant besoin d'intégrer des images dans ses documents.

**Code DOKÉLIO : 24972**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, démonstrations et mises en pratiques avec de nombreux exercices.

## SESSIONS

Paris

- 1er au 5 avril 2019
- 19 au 23 août 2019
- 2 au 6 décembre 2019

En partenariat avec



# Photoshop - Niveau 2

Acquérir une maîtrise approfondie de Photoshop.



## PROGRAMME

### Rappeler les fondamentaux de Photoshop et de Bridge

- Créer et gérer les espaces de travail personnalisés de Photoshop.
- Utiliser les fonctions avancées de Bridge.

### Sélectionner et détourer les éléments d'une image

- Pivoter modifier, déformer le contenu des calques.
- Appréhender l'ensemble des outils de sélection.
- Améliorer et lisser le contour des sélections.
- Connaître les astuces pour détourer les cheveux.

### Opérer des retouches avancées avec les outils adaptés

- Simplifier l'effacement de détails avec la fonction Remplir.
- Remodeler les corps et les visages avec le filtre Fluidité.
- Donner de la profondeur à une image.

### Régler la chromie d'une image

- Égaliser la luminosité et le contraste avec les fonctions Niveaux et Courbes.
- Ajuster l'équilibre des couleurs.
- Améliorer le piqué d'une image.

### Créer des documents contenant différents types de calques

- Gérer les fonctions liées aux calques.
- Opérer des corrections fines et ciblées.
- Fusionner des images dans un montage.
- Appliquer des filtres dynamiques.

### Améliorer sa productivité

- Découvrir les ressources inexploitées des instantanés et optimiser la palette Historique.
- Exporter des fichiers dans le format souhaité.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 35047

- 🕒 3 jours | 21 heures
- 💰 Prix HT : 1600 €

### OBJECTIFS

Opérer des retouches avancées avec les outils adaptés. Créer des documents contenant différents types de calques. Améliorer sa productivité.

### PRÉREQUIS

Pour intégrer cette formation, il est nécessaire d'avoir suivi le stage "Photoshop niveau 1" ou de bien connaître Photoshop (usage des calques, des outils de sélection, de recadrage).

### PUBLIC CONCERNÉ

SR, DA, photographes, maquettistes, illustrateurs, infographistes, chargés de communication, de marketing, d'édition.

**Code DOKÉLIO : 24980**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, démonstration en mises en pratique grâce à de nombreux exercices.

## SESSIONS

Paris

- 10 au 12 avril 2019
- 28 au 30 août 2019
- 18 au 20 décembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcjp@cfpj.com](mailto:intrafcjp@cfpj.com)

# JURIDIQUE

## SOMMAIRE

Droit et réseaux sociaux	260
Le droit de l'édition en ligne	260
Le droit de l'image	261



Je me sens plus à l'aise après cette journée sur ce que l'on peut publier, avec quels risques, sur mon site.

**Pauline**  
Journaliste sur un site d'information

Participante à la formation «Le droit de l'édition en ligne» page 260

Connaître le cadre juridique de la publication en ligne et de la pratique des réseaux sociaux.

## PROGRAMME

### Éviter les risques juridiques : principaux réflexes

- Éviter les délits de presse sur Internet et les réseaux sociaux.
- Repérer les contenus informationnels litigieux.
- Définir la notion de vie privée sur les réseaux sociaux.

### Être sensibilisé au droit à l'image des personnes

- Connaître les circonstances dans lesquelles l'image d'une personne peut être mise en ligne (photos ou vidéo), notamment sur les réseaux sociaux.

### Respecter les droits d'auteur sur Internet

- Appliquer les conditions pour reprendre du contenu mis en ligne sur les réseaux sociaux.
- Appliquer les principes du droit d'auteur sur Internet (sites d'information et réseaux sociaux).

### La responsabilité et la mise en ligne de contenus

- Mettre en oeuvre la responsabilité dite "allégée" sur Internet et les réseaux sociaux.
- Connaître les dernières décisions de justice essentielles.
- Définir le droit à l'oubli numérique.

### Les précautions juridiques

- Les principales clauses d'un accord de droits d'auteur ou d'une autorisation de droit à l'image.
- Mesurer l'importance de la relecture des conditions générales d'utilisation des réseaux sociaux ou d'un site Internet.

### Nombreuses présentations d'exemples concrets

## INITIATION

Code : 46070

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS.

Repérer les contenus pouvant conduire à des délits de presse sur le numérique.

Connaître les conditions d'utilisation d'une image d'une personne sur les réseaux sociaux. Définir le droit à l'oubli numérique.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne pratique d'Internet et des réseaux sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code DOKÉLIO : 024427

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, études de cas, gamification avec Magency, partage d'expérience.

## SESSIONS

### Paris

8 février 2019  
30 septembre 2019  
2 décembre 2019  
4 février 2020

### Lyon

7 juin 2019

### Lille

13 septembre 2019

### Bordeaux

17 mai 2019

### Nantes

16 octobre 2019

## Le droit de l'édition en ligne

Appréhender le cadre juridique de la publication en ligne.

## PROGRAMME

### Édition en ligne : détecter, analyser et éviter les risques juridiques

- Le contenu mis en ligne est-il susceptible d'être protégé par le droit d'auteur ?
- Photographie, texte, vidéo, logiciel : le droit d'auteur s'applique-t-il de la même manière ?
- Les contrats ou accords collectifs à négocier, les mentions légales à apposer sur le site.
- Auteurs indépendants ou salariés, journalistes, agents publics : connaître le régime applicable.
- Repérer et modifier les contenus diffamatoires, injurieux, attentatoires à la vie privée ou à la présomption d'innocence.
- Pourquoi le droit de la presse peut-il s'appliquer à des non-journalistes ?
- L'importance de distinguer la captation et la mise en ligne.

### Identifier les régimes de responsabilité de l'édition en ligne

- Éditeur de contenus, hébergeur, FAI : sont-ils responsables de la même manière ?
- Identifier les tribunaux compétents et la loi applicable, Internet dépassant les frontières.
- Évaluer les risques juridiques et judiciaires.
- Comprendre le "droit à l'oubli" numérique.

### Comprendre et appréhender l'outil contractuel

- Intégrer les principales clauses d'un accord de droit d'auteur ou d'une autorisation de droit à l'image.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 37034

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Détecter, analyser et éviter les risques juridiques. Pouvoir déterminer les tribunaux compétents et la loi applicable. Comprendre et appréhender l'outil contractuel et les accords de droit d'auteur et de droit à l'image.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne connaissance du web et des médias sociaux.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à gérer l'édition de contenus sur internet.

Code DOKÉLIO : 029980

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Rappel des règles de droit en la matière autour d'exemples concrets. Lecture et analyse de décisions rendues par les tribunaux sur ces questions. Conseils pratiques sur la rédaction de clauses contractuelles.

## SESSIONS

### Paris

21 juin 2019  
25 septembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Le droit de l'image

BEST  
OF

Acquérir les bons réflexes sur les précautions à prendre et les autorisations à solliciter.

## PROGRAMME

### Connaître l'image et le droit au respect de la vie privée

- Définir la notion de vie privée.
- Connaître les circonstances dans lesquelles il est possible d'évoquer la vie privée d'une personne.

### Appliquer le droit de l'image en dehors de la vie privée

- Appliquer un droit à l'image indépendant de toute notion de vie privée.
- Identifier les limites du droit à l'image.
- Recourir à des solutions techniques et juridiques face au droit à l'image.

### Réaliser des captations en respectant la liberté d'expression

- Connaître les limites de captation photographique ou audiovisuelle.
- Identifier l'image diffamatoire, l'image injurieuse, l'image attentatoire à la présomption d'innocence.
- Connaître les conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives (délibération du CSA du 15 janvier 2013).
- Se familiariser avec les droits voisins des artistes.

### D'autres "intervenants" quant à la diffusion des images

- Les propriétaires : un droit limité sur l'image de leur bien.
- Établir les conditions d'une cession de droits d'auteur.
- Identifier les mentions légales à apposer lors de la diffusion d'une image fixe ou animée.

## INITIATION

Code : 48001

1 jour | 7 heures

Prix HT : 700 €

## SESSIONS

4 mars 2019

26 juin 2019

29 octobre 2019

21 février 2020

## OBJECTIFS

Connaître les principes du droit à l'image.

Appliquer le droit à l'image dans le cadre d'une captation.

## PRÉREQUIS

Avoir déjà publié des photos dans un média.

## PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

Code DOKÉLIO : 024441

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, études de cas, gamification avec Magency, partage d'expériences.



# **MANAGEMENT & LEADERSHIP**

# Se préparer au tutorat

BEST OF

Acquérir une méthodologie et mettre en place des outils pour accompagner un(e) jeune collaborateur(trice) arrivant dans votre service.

## PROGRAMME

### Se situer dans sa mission de tuteur

- Identifier les formes de tutorat selon le profil du tuteur.
- Identifier les différents acteurs impliqués : connaître le rôle de chacun.
- Définir ses missions de tuteur : accueillir, accompagner, transmettre, professionnaliser, rendre autonome, évaluer.

### Se préparer à devenir tuteur

- Mettre en place les conditions d'accueil du tuteur.
- Préparer un livret d'accompagnement pour assurer le suivi de la progression.
- Avoir une vision précise des compétences à transmettre.
- Identifier les situations d'apprentissage possibles.

### Adopter une posture pédagogique pour transmettre

- Connaître les principes de la pédagogie pour adulte.
- Définir des objectifs pédagogiques.
- Concevoir un déroulé pédagogique d'acquisition des compétences.
- Connaître les nombreuses situations d'apprentissage possibles.
- Définir les critères objectifs mesurant la progression.

### Instaurer une relation favorisant l'apprentissage

- Valoriser les acquis, encourager les progrès.
- Encourager, féliciter.
- Surmonter les difficultés, lever les blocages.
- Apporter les critiques constructives.
- Être présent, s'effacer : transmettre l'autonomie.

## INITIATION

Code : 41030

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Définir la feuille de route d'un tuteur.  
Mettre en place des outils de suivi pour mener à bien sa mission de tuteur.  
Adopter la bonne posture pour transmettre et favoriser l'apprentissage.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience d'accompagnement d'un stagiaire en entreprise.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à accompagner un stagiaire, un apprenti, un contrat de professionnalisation, un nouvel embauché, dans son service.

Code Dokelio : 025003

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentations interactives, exercices, mises en situation, élaboration d'une feuille de route.

## SESSIONS

Paris

- 1er février 2019
- 18 octobre 2019
- 3 février 2020

# Animer une équipe de rédaction

BEST OF

Maîtriser l'encadrement d'une rédaction en conciliant les contraintes de budget, de délais et d'objectifs éditoriaux.

## PROGRAMME

### Définir une politique rédactionnelle

- Déterminer les attentes des lecteurs et des non-lecteurs.
- Formuler le concept rédactionnel et les objectifs éditoriaux.
- Traduire des objectifs dans la grille de la publication et dans le traitement écrit et visuel de l'information.
- La négociation des moyens financiers, rédactionnels et humains.

### Encadrer, animer et motiver son équipe de rédaction

- Faire travailler dans un esprit d'équipe rédacteurs, pigistes, secrétaires de rédaction, rédacteurs-graphistes et journalistes web.
- Gérer les différentes personnalités.
- Identifier, prévenir et gérer les conflits.
- Différencier les responsabilités des services.

- Mettre en place une grille de salaires.
- Conduire les entretiens annuels.

### Organiser la rédaction

- Déterminer un mode de fonctionnement efficace.
- Définir les objectifs poursuivis lors des différents rendez-vous communs.
- Intégrer les équipes multimédias.

### Tenir la conférence de rédaction

- Préparer ou faire préparer les conférences de rédaction.
- Susciter du renouveau éditorial.
- Discuter, affiner les angles et faire une commande claire d'articles.
- Le rôle de contrôle postproduction de la conférence de rédaction.

### Gérer son temps et ses objectifs

- Définir ses objectifs de direction.
- Maîtriser planning et agenda.
- Communiquer avec sa direction et les services de l'entreprise.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 41009

- 3 jours | 21 heures
- Prix HT : 1295 €

### OBJECTIFS

Définir le positionnement éditorial de son média.  
Appliquer les principes du management dans une équipe de rédaction.  
Organiser la rédaction en gérant plusieurs contraintes.

### PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du management d'équipe.

### PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, rédacteurs en chef, chefs de rubriques, responsables de publications.

Code Dokelio : 025000

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation interactive, mises en situation, jeux de rôles, partage d'expériences.

## SESSIONS

Paris

- 11 au 13 mars 2019
- 18 au 20 septembre 2019
- 11 au 13 décembre 2019
- 11 au 13 mars 2020

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Développer sa posture de manager-communicant

NEW

Managers : relais et traducteurs pédagogues de la communication interne.

## PROGRAMME

### Mieux se connaître pour mieux communiquer

- Autodiagnostic : test individuel pour découvrir son style de communicant.
- Comprendre les difficultés à communiquer pour un manager.

### Comprendre la figure de manager-communicant

- Les évolutions de la communication interne en entreprise.
- Un contexte exigeant et des attentes.
- Une mission renouvelée de l'information à la communication, du transfert de message à la mise en relation et à l'animation de liens.
- Appréhender le rôle de manager-communicant.
- Définir les attitudes principales des relations interpersonnelles.
- Utiliser les points clés de la confiance.
- Construire les bases d'une collaboration efficace.

### Pratiquer et s'entraîner à la communication

#### Des clés pour mieux communiquer.

- Améliorer les qualités de sa communication personnelle : le non-verbal.
- Distinguer les niveaux d'écoute : écoute active, questionnement productif, "feedbacks" positifs...
- Quelques leviers à connaître : les apports de la recherche en psychologie, sociologie et neurologie.

#### Les cas pratiques

- Les participants travailleront sur des cas concrets apportés par le groupe, exprimant un réel besoin.

#### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 36090

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1840 €

### OBJECTIFS

Renforcer l'impact de sa communication directe, de proximité auprès de ses équipes. S'approprier les réflexes du "manager-communicant". Développer son leadership et son agilité comportementale.

### PRÉREQUIS

Avoir des bases en communication d'entreprise.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout manager.

Code Dokelio : 59531

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques, exercices d'application et études de cas. Les cas pratiques : les participants travailleront sur des cas concrets apportés par le groupe, exprimant un réel besoin et relatifs à une expérience terrain.

## SESSIONS

Paris

2 - 3 avril 2019  
26 - 27 septembre 2019

En partenariat avec



# Piloter un réseau de correspondants communication

Être au plus près de la réalité et des besoins du terrain.

## PROGRAMME

### Auditer un réseau existant, créer un nouveau réseau

- Connaître les différents types de réseaux.
- Analyser les problématiques des réseaux de communicants : recrutement, contribution, motivation.
- Évaluer la performance d'un réseau.
- Établir le portrait-robot des futurs membres.
- Clarifier les missions de chacun, définir les droits et les devoirs.

### Bâtir un plan d'animation

- Définir les finalités du réseau et les objectifs opérationnels.
- Définir les modalités et les règles de fonctionnement du réseau.
- Construire le plan d'animation.
- Maîtriser les outils de l'animateur et les techniques d'animation.
- Utiliser les leviers de la motivation son réseau rétribuer, valoriser, reconnaître les contributions.

### Concevoir et utiliser des outils spécifiques

- Concevoir un espace collaboratif sur intranet, animer une communauté de correspondants sur le réseau social interne.
- Utiliser des outils de mise en forme de l'information.
- Mettre en place des outils de remontée et de suivi de l'information.
- Évaluer périodiquement la performance de son réseau.

#### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38020

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1310 €

### OBJECTIFS

Créer un réseau performant. Bâtir un plan d'animation motivant. Concevoir et animer un espace collaboratif.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication. Contribuer à la gestion de communication interne de son entreprise.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, DRH.

Code Dokelio : 031852

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Exercices d'application et études de cas.

## SESSIONS

Paris

11 - 12 avril 2019  
18 - 19 septembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Accompagner ses collaborateurs dans la culture digitale

Transmettre une culture digitale à ses équipes.

## PROGRAMME

### Les fondamentaux de la culture digitale

- Comprendre comment le digital transforme les différents métiers.
- Analyser l'impact du digital sur son travail au quotidien.
- La communication interne.
- Les nouvelles compétences individuelles.
- Gérer son temps, connaître et maîtriser les outils innovants.
- Le collaboratif.
- Manager dans le monde digital.

### L'identité numérique et le personal branding : gérer sa vie numérique

- Se former au quotidien.
- Gérer son identité numérique.
- Maîtriser ses réseaux sociaux.

### Comprendre les enjeux du digital pour les entreprises

- L'impact du digital sur l'économie et le business.
- Le phénomène d'ubérisation.
- Les mutations de formes du salariat.

### Du client à l'utilisateur : le brand content

- Les enjeux du big data.
- Les réseaux sociaux.
- S'inspirer des tendances, trouver des influenceurs.

## INITIATION

Code : 37077

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1310 €

### OBJECTIFS

Transmettre une culture digitale à ses équipes.  
Accompagner les collaborateurs sur les réseaux sociaux.  
Gérer sa vie numérique.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication, des médias et réseaux sociaux et du management.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout manager amené à participer à la transformation digitale de son entreprise.

Code Dokelio : 030005

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

### Paris

27 - 28 mai 2019  
7 - 8 novembre 2019

### Lyon

7 - 8 novembre 2019

### Nantes

27 - 28 mai 2019  
7 - 8 novembre 2019

# Impliquer les managers dans sa communication interne

Faire de vos managers des acteurs clés de la communication interne.

## PROGRAMME

### Impliquer les managers dans la communication interne de proximité

- Identifier les freins.
- Repérer les phénomènes de résistance.
- Créer des enjeux à valeur ajoutée.

### Faire des managers une cible de communication privilégiée

- Écouter les managers, choisir les moyens pour recueillir leurs attentes.
- Repérer les besoins d'information, de communication et de reconnaissance.
- Déterminer leurs besoins et leurs préférences en termes d'outils de communication interne.

### Concevoir un dispositif de communication managériale

- Équilibrer les composantes de la communication interne.
- Choisir les outils et les ressources adaptés aux objectifs et aux contraintes.

- Combiner les outils dans les trois grands dispositifs.
- Bâter son plan de communication interne pour managers.

### Mettre en place des outils de communication spécifiques

- Concevoir et animer des supports d'information dédiés.
- Créer et animer des communautés de managers.
- Créer des événements en interne.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## INITIATION

Code : 38016

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 1310 €

### OBJECTIFS

Comprendre le rôle des managers dans la communication interne.  
Identifier les besoins d'information et de communication des managers.  
Concevoir un dispositif dédié et mettre en place des outils spécifiques.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication interne et du management.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication interne, DRH.

Code Dokelio : 031799

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices d'application, construction d'outils et de ressources pertinents.

## SESSIONS

### Paris

27 - 28 juin 2019  
14 - 15 novembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Penser et construire la mixité hommes-femmes

Mettre en place des actions permettant de favoriser la mixité.

## PROGRAMME

### Notions clés du cadre réglementaire de l'égalité femmes-hommes et des inégalités en place

- Introduction rapide du cadre législatif en vigueur.
- État des lieux synthétique et chiffré de l'égalité et de la mixité dans les sphères professionnelles, privées et sociales.

### Acquérir une connaissance des enjeux de l'égalité et de la mixité pour la performance de l'entreprise

- Introduction de l'enjeu social.
- Introduction du lien entre performance économique et mixité femmes-hommes.
- Rappel de la réalité de l'entreprise et de ses objectifs.

### Le poids des stéréotypes dans les parcours et pratiques professionnelles

- Origine et fonctionnement des stéréotypes : catégorisation sociale.
- Impact des stéréotypes : prophétie autoréalisatrice et menace du stéréotype.
- Stéréotypes de sexes et impacts dans l'environnement professionnel.

### Identifier les facteurs et attitudes favorables à la mixité et à l'égalité professionnelles entre les femmes et les hommes

- Échanges de pratiques, propositions d'actions individuelles / collectives en faveur de la mixité par situation type : recrutement, promotion, accès aux postes à responsabilité, communication, formation.
- Benchmark d'actions positives.

## INITIATION

Code : 36088

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 800 €

## SESSIONS

Paris

9 juillet 2019  
26 novembre 2019

## OBJECTIFS

Se sensibiliser aux atouts de la mixité femmes-hommes et aux actions pour la construire. Comprendre les leviers pour construire la mixité femmes-hommes.

Mettre en place des actions permettant de favoriser la mixité.

## PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication et du management.

## PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels, responsables RH, responsables RSE.

Code Dokelio : 040444

## APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

# CFPJ

## LEADERSHIP SUR MESURE

CFPJ Leadership s'adresse aux dirigeants et hauts managers souhaitant développer leur posture, leur impact et maîtriser leur communication face à une équipe, un public ou des journalistes.



Nous proposons des solutions pragmatiques, adaptées à la stratégie de votre organisation, sous forme de :

- > Trainings individuels
- > Workshops pour les comités de direction
- > Ateliers entre pairs
- > Masterclass...

## “ Pour plus d'infos

Florence Guebey  
Directrice Générale  
fguebey@cfpj.com



# Affirmer son leadership

Communiquer avec impact, aisance et conviction.



## PROGRAMME

### MODULE 1

#### Communication et leadership

- Maîtriser les fondamentaux de la communication.
- Se comporter en leader.

### MODULE 2

#### Gérer son stress en situation

- Maîtriser les techniques vocales.
- Gérer ses émotions.

### MODULE 3

#### Le message du leader

- Structurer son message à l'oral.
- Mettre les supports visuels au service de sa communication.

### MODULE 4

#### Communiquer pour convaincre

- Développer une stratégie d'influence efficace.
- S'approprier les outils de communication interpersonnelle pour réussir son intervention.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## PERFECTIONNEMENT

Code : 36050

2.86 jours - 20 heures

Prix HT : 4300 €

#### OBJECTIFS

Affirmer son leadership en situation.  
Maîtriser les fondamentaux de la communication.  
Convaincre et influencer.  
Utiliser les outils de la communication interpersonnelle.  
Gérer ses émotions.  
Structurer et mettre en forme son message pour mieux communiquer.

#### PRÉREQUIS

Aucun.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels

Code Dokelio : 040441

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exercices pratiques et de mises en situation face caméra avec débriefes individualisés.

## SESSIONS

Paris

#### Session 1

13 juin 2019 14h-19h00  
puis le 14 juin 2019 8h30-13h30

puis le 27 juin 2019 14h00-19h00

puis le 28 juin 2019 8h30-13h30

#### Session 2

21 novembre 2019 14h-19h  
puis le 22 novembre 2019 8h30-13h30

puis le 4 décembre 2019 14h-19h00

puis le 5 décembre 2019 8h30-13h30

# Leadership au féminin

Affirmer sa position de leader et développer son marketing personnel.



## PROGRAMME

#### Maîtriser les fondamentaux de la communication

- Analyser les difficultés rencontrées par tout communicant et la force des solutions.
- Identifier les cinq clés du démarrage réussi d'une communication.

#### Développer ses techniques vocales et gérer son stress

- Retrouver un parler vrai en toute situation professionnelle de communication.
- Valoriser ses interventions et créer un confort d'écoute.

#### Parler en dirigeante

- Gérer ses émotions.
- Connaître et maîtriser les cinq règles de l'assertivité.
- Développer son marketing personnel
- Clarifier son objectif personnel.
- Professionnaliser son réseau.
- Adapter sa posture à son interlocuteur.

#### Structurer son message

- Préparer et cadrer son intervention.
- Dissocier les faits, les opinions et les sentiments.
- L'importance des anecdotes, histoires, métaphores, faits marquants, chiffres clefs.

#### Faire adhérer et convaincre

- Anticiper les questions pièges et "attaques".
- Maîtriser les protocoles d'argumentation et de répartie.
- S'approprier les outils de communication interpersonnelle.

**Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.**

## INITIATION

Code : 36078

4 jours | 28 heures

Prix HT : 3910 €

#### OBJECTIFS

Développer son marketing personnel.  
Structurer son message.  
Faire adhérer et convaincre.

#### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la prise de parole.

#### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeantes, dirigeantes opérationnelles

Code Dokelio : 033208

#### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Alternance d'exercices pratiques, de jeux pédagogiques et de mises en situation face caméra avec débriefing individualisé.

## SESSIONS

Paris

#### Session 1

11-12 février puis les 4-5 avril 2019

#### Session 2

26-27 septembre puis les 25-26 novembre 2019

#### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Prendre la parole sur les réseaux sociaux en tant que dirigeant



Définir et gérer sa e-réputation pour promouvoir son entreprise en tant que dirigeant.

## PROGRAMME

### Comprendre les enjeux liés au management de son identité sur le web

- Comprendre comment l'internaute est devenu un "consom'acteur".
- Panorama du web social : chiffres, outils et usages.
- Améliorer sa visibilité sur le web.
- Identifier les risques liés à sa présence sur Internet.

### Définir et gérer sa e-réputation

- Définition de l'e-réputation, du *corporate branding*, de l'identité numérique et du *personal branding*.
- Comprendre les différentes facettes de l'e-réputation.
- Mesurer son identité numérique et la gérer.
- Concilier visibilité numérique et préservation des aspects privés de son identité numérique.
- Surveiller sa réputation sur Internet : moteurs de recherche spécialisés, services d'alerte,

outils de veille.

- Le droit français et la protection de l'identité des individus et des marques sur le web.

### Identifier les lieux numériques influents

- Typologie et fonctionnement des réseaux : présence, partage, conversations, groupes, événements.
- Planifier et mettre en œuvre une stratégie sur les réseaux sociaux : outils et services pour engager le dialogue avec l'audience.
- Mesurer l'importance du dialogue à long terme, créer la confiance.

## INITIATION

Code : 36083

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 800 €

## SESSIONS

Paris

7 juin 2019  
14 octobre 2019

### OBJECTIFS

Développer sa présence sur les réseaux sociaux.  
Mesurer son impact, son audience.  
Gérer sa e-réputation.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Chefs d'entreprise, dirigeants, directeurs opérationnels, cadres de la fonction publique.

Code Dokelio : 040442

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

# Négocier avec succès en toute situation



Développer une approche pragmatique et opérationnelle pour prévenir ou sortir d'une situation de conflit.

## PROGRAMME

### Préparer sa négociation

- Les différents types de négociations.
- Cerner les enjeux, les leviers, le contexte de la négociation, détecter le pouvoir décisionnel et intégrer la notion de tiers décideur.
- Construire son argumentaire et anticiper les arguments de ses interlocuteurs.

### Les relations dans la négociation

- Se connecter à l'intention positive de ses interlocuteurs.
- Assumer son objectif de conviction.
- Évoluer dans une logique d'écoute et de reformulation.
- Traiter les objections en passant du "oui mais" au "et si".
- Aller chercher les "oui" et points d'accord.
- Argumenter au bon moment et conclure dans la logique de l'autre.

### Les stratégies de négociation

- Mettre en place une stratégie.
- Préparer ses arguments.
- Identifier les cinq étapes d'une négociation.
- Optimiser la productivité de ses échanges.
- Différencier les typologies de questions et leurs objectifs.
- S'affirmer dans les échanges et gérer les attaques.
- Convaincre, faire adhérer et engager à chaque étape clé.

### Gérer les comportements et discours négatifs

- Sortir des rapports de force : décrypter les jeux d'influence et adapter son comportement pour créer un climat de confiance.
- Traiter les objections avec bienveillance.
- Oser dire "non" et gérer son stress.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 34019

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1420 €

## SESSIONS

Paris

6-7 février 2019  
9-10 septembre 2019  
6-7 février 2020

### OBJECTIFS

Se positionner en tant que médiateur.  
Intégrer et utiliser les outils du médiateur.  
Conduire une médiation.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication orale

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne ayant à accompagner des tiers dans la résolution de conflits professionnels.

Code Dokelio : 040438

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.  
Cas pratiques, jeux de rôles et entraînement sur des médiations choisies.

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Média-training : réussir ses interventions en médias

S'approprier les règles de l'interview.

## PROGRAMME

### Communiquer avec les médias : généralités

- Connaître les journalistes : habitudes de travail, contraintes techniques et opérationnelles.
- Interagir efficacement avec eux : attitudes à adopter, règles et coutumes à respecter, caisse à outils pratique.
- Préparer son interview : définir ses messages essentiels, anticiper questions et réponses, se mettre en condition pour réussir.

### Mises en pratique...

- Réussir son interview TV / radio enregistrée.
- Réussir son interview TV / radio en direct.
- Réussir son interview en presse écrite.

### ... et débriefings individualisés

- Les messages passent-ils efficacement ?
- Décryptage et optimisation du langage non verbal.
- Sensibilisation à l'incidence du montage.

## INITIATION

Code : 39901

1 jour | 7 heures

Prix TTC : 1120 €

### OBJECTIFS

Préparer son interview.  
Communiquer avec les médias.  
Faire passer efficacement ses messages.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels, cadres de la fonction publique.

Code Dokelio : 040436

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Mise en situation, interviews filmées et débriefées.

## SESSIONS

Paris

4 avril 2019

1er octobre 2019

Nantes

4 avril 2019

1er octobre 2019

En partenariat avec



# Média-training : cas particuliers des interventions en situation de crise

Maîtriser son interview en situation de crise.

## PROGRAMME

### La crise : un contexte médiatique particulier

- Les journalistes et "votre" crise : attitudes et techniques, incidence sur vos relations avec eux.
- Comment se préparer au mieux aux situations de crise.
- Comment se comporter en cas d'intervention de crise.

### Mises en pratique...

- Réussir son interview TV / radio enregistrée de crise.
- Réussir son interview TV / radio en direct.
- Animer un point presse de crise.

### ... et débriefings individualisés

- Faire passer ses messages dans un contexte hostile et communiquer en positif.
- Ne pas tomber dans les pièges de la polémique, du débat, de la déstabilisation.
- Tension, stress, langage non verbal : garder la maîtrise de soi et de l'environnement.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 39906

1 jour | 7 heures

Prix TTC : 1120 €

### OBJECTIFS

Se préparer à une interview lors d'une crise.  
Communiquer en positif.  
Faire passer efficacement ses messages dans un contexte hostile.

### PRÉREQUIS

Avoir une bonne connaissance et une bonne pratique des règles de base de l'interview ou avoir suivi la formation : "Média-training : réussir ses interventions en médias".

### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels, cadres de la fonction publique.

Code Dokelio : 040437

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Mise en situation, interviews filmées et débriefées.

## SESSIONS

Paris

23 mai 2019

15 novembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Fédérer son auditoire avec le storytelling

Intégrer le storytelling à son discours pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative.

## PROGRAMME

### Connaître les techniques du storytelling

- Utiliser les cinq étapes du schéma narratif.
- Mettre en récit sa marque, ses services avec le modèle actanciel.
- Élaborer le pitch et le storyboard de son histoire.
- Maîtriser la syntaxe narrative.
- Rédiger son histoire : utiliser le VAKOG.

### Appliquer le storytelling pour donner du sens à son discours

- Utiliser les 7 scénarios possibles en fonction de ses objectifs.
- Communication corporate : construire un récit de marque entreprise.
- Communication interne : les récits d'expérience et les messages stratégiques.
- Communication managériale : résoudre collectivement les problèmes, faire passer des messages complexes.

### Maîtriser le protocole d'adhésion pour faire adhérer

- Assumer son objectif de conviction.
- Évoluer dans une logique d'écoute et de reformulation.
- Argumenter au bon moment et conclure dans la logique de l'autre.

### S'approprier la logique de l'adhésion

- Le langage verbal et non verbal.
- Convaincre sans contraindre.

### Gérer les comportements et discours négatifs

- Sortir des rapports de force.
- Traiter les objections avec bienveillance.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 39910

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix TTC : 1430 €

### OBJECTIFS

Appliquer le storytelling à ses communications.  
Faire adhérer à son message.  
Gérer les comportements négatifs.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication orale ou avoir suivi la formation "Prise de parole en public".

### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels, cadres de la fonction publique  
**Code Dokelio : 040434**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

7 - 8 octobre 2019

En partenariat avec



# S'approprier un discours

Prendre en main un discours écrit par un tiers.

## PROGRAMME

### Maîtriser les fondamentaux de la communication

- Mesurer l'impact de l'image visuelle et sonore et intégrer leurs composantes.
- Identifier les 5 clés du démarrage réussi d'une communication.
- Lire un texte tout en donnant l'impression d'improviser son discours.

### Maîtriser les techniques vocales

- La respiration : moins de stress et plus de souffle.
- La prononciation : exercices spécifiques en fonction des difficultés d'élocution de chacun.
- L'intention : varier la coloration de son propos.
- La ponctuation parlée : donner de la vie à son message, maîtriser et bien vivre les silences.

### Développer une stratégie d'influence efficace

- Anticiper les questions pièges et "attaques".
- Préparer et roder des réponses appropriées.
- Écouter en deux temps pour mieux rebondir.
- Transformer les blocages en opportunités : techniques, confiance, assertivité.

### S'approprier les outils de communication interpersonnelle pour réussir son intervention

- Position basse sur le contenu et position haute sur le cadre.
- Déplacements, postures et gestes d'affirmation de son leadership en situation.
- Le regard comme outil de conviction.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 39909

- 🕒 1 jour | 7 heures
- 💰 Prix HT : 800 €

### OBJECTIFS

Maîtriser les techniques vocales.  
Transformer les blocages en opportunités.  
Utiliser les outils de communication interpersonnelle.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication orale ou avoir suivi la formation "Prise de parole en public".

### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels amenés à s'approprier un discours écrit par un tiers et à convaincre.

**Code Dokelio : 040439**

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

25 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Développer son intelligence émotionnelle



Maîtriser et utiliser ses émotions pour être plus performant.

## PROGRAMME

### Identifier la notion d'intelligence émotionnelle

- Définir ce que l'on appelle « intelligence ».
- Identifier ce que l'on entend par « émotions ».
- L'intelligence émotionnelle.

### Mieux gérer ses propres émotions et gagner en efficacité dans la vie professionnelle

- Analyser la séquence de passage de l'émotion.
- Prendre conscience qu'une émotion peut en cacher une autre.
- Identifier ses besoins fondamentaux.
- Établir le lien entre émotion et stress.

En partenariat avec



## Développer sa communication interpersonnelle

- Analyse de trois à quatre types de relations dans l'entreprise.
- Adopter la communication non violente.
- Exprimer la colère.
- Savoir dire « non ».

## Acquérir la maîtrise de ses émotions pour renforcer son leadership

- Développer les compétences du leader résonnant.
- Se motiver pour prendre conscience de soi.
- Aller vers une meilleure gestion de soi : affirmation/approbation.
- Prendre conscience des autres : l'empathie.
- Connaître les quatre attitudes d'une relation équilibrée avec autrui.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 36091

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1390 €

### OBJECTIFS

Développer sa communication interpersonnelle.  
Acquérir la maîtrise de ses émotions pour renforcer son leadership.  
Mieux gérer ses propres émotions et gagner en efficacité dans la vie professionnelle.

### PRÉREQUIS

Vouloir faire de ses émotions des leviers d'efficacité professionnelle.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désireuse de comprendre le mécanisme des émotions et de bien utiliser son intelligence émotionnelle dans le cadre des relations professionnelles  
**Code Dokelio : 25399**

## SESSIONS

### Paris

- 21 - 22 mars 2019
- 8 - 9 avril 2019
- 20 - 21 juin 2019
- 28 - 29 août 2019
- 23 - 24 septembre 2019
- 24 - 25 octobre 2019
- 18 - 19 novembre 2019
- 11 - 12 décembre 2019

### Lyon

- 21 - 22 mars 2019
- 18 - 19 novembre 2019

### Bordeaux

- 21 - 22 mars 2019
- 18 - 19 novembre 2019

### Nantes

- 27 - 28 mai 2019
- 28 - 29 novembre 2019

### Lille

- 27 - 28 mai 2019
- 23 - 29 novembre 2019

### Classe virtuelle

- 5 septembre 2019
- 17 décembre 2019
- 30 janvier 2020

# Manager avec l'intelligence émotionnelle



Comprendre l'impact des mécanismes émotionnels sur la performance collective.

## PROGRAMME

### Mettre ses émotions au service de son management

- Ne pas porter de jugement sur ses émotions.
- Appréhender les émotions primaires pour mieux les transformer.
- Maîtriser la dynamique émotionnelle.
- Réguler ses comportements émotionnels en situations professionnelles.

### Prendre en compte les émotions de ses collaborateurs pour plus d'efficacité

- Reconnaître les réactions émotionnelles de ses collaborateurs en identifiant leurs besoins sous-jacents.
- Donner de la reconnaissance et de la considération avant d'apporter des solutions managériales.

- Développer la confiance.
- Éviter les comportements émotionnels bloquants.
- Déterminer le comportement adapté face aux réactions émotionnelles de ses collaborateurs.

### Fédérer son équipe grâce à l'intelligence émotionnelle

- Gérer l'impact des émotions sur la vie de l'équipe.
- Repérer les signaux d'un ressenti individuel ou collectif.
- Fédérer son équipe autour d'émotions positives sans nier les émotions négatives.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 36092

- 🕒 2 jours | 14 heures
- 💰 Prix HT : 1390 €

### OBJECTIFS

Développer sa compétence émotionnelle en tant que manager.  
Associer performance collective et management par l'intelligence émotionnelle.  
Gérer ses émotions et celles de ses collaborateurs au quotidien.

### PRÉREQUIS

Avoir une expérience du management.

### PUBLIC CONCERNÉ

Managers, responsables d'équipe  
Toute personne en charge d'une équipe  
**Code Dokelio : 032882**

## SESSIONS

### Paris

- 8 - 9 avril 2019
- 23 - 24 septembre 2019
- 11 - 12 décembre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Lobbying et communication d'influence

BEST  
OF

Acquérir une méthode pour mettre en place une stratégie de communication d'influence.

## PROGRAMME

### Mesurer les enjeux d'une communication d'influence

- Définition et objectifs du lobbying.
- Qui influence qui ?
- Les moyens et les finalités de l'influence.
- Lobbying direct/indirect.
- Lier influence et information.
- Construire un réseau de relations, utiliser les médias.
- L'importance des réseaux comme relais d'influence.

### Mettre en place une stratégie de communication d'influence

- Bâtit une stratégie d'influence.
- Construire sa démarche.
- Mettre en place une veille efficace.
- Identifier et cartographier ses parties prenantes.
- Nouer des alliances.
- Définir les rôles et les missions du lobbyiste et de son équipe.
- Déterminer ses cibles et ses argumentaires.
- Évaluer ses coûts.

### Développer une communication d'influence dans la relation

- Le jeu des étiquettes : "suiveur/leader", "passé/futur", "sauveur/sans cœur".
- Rôle, cadre, règles, loi, éthique : les points non négociables.
- Les protocoles d'argumentation.
- Les techniques de rhétorique et de dialectique, le principe de légitime réponse.
- Humour, créativité, distance dans la relation.
- Anticipation des pièges et "attaques", rodage des réponses appropriées.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 39903

- 2 jours | 14 heures
- Prix TTC : 1430 €

### OBJECTIFS

Mesurer les enjeux d'une communication d'influence. Mettre en place une stratégie de communication d'influence. Développer une communication d'influence dans la relation.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, cadres de la fonction publique.

Code Dokelio : 040435

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation. Études d'exemples, mises en situation face caméra et débriefes.

## SESSIONS

Paris

25 - 26 mars 2019  
6 - 7 juin 2019  
26 - 27 septembre 2019  
5 - 6 décembre 2019

En partenariat avec



# Rédiger un discours

Écrire pour être compris par tous et être convaincant.

## PROGRAMME

### Préparer efficacement un discours

- Définir et formaliser l'objectif principal.
- Déterminer le message essentiel.
- Structurer un discours sur ses temps forts.
- Rédiger l'introduction et la conclusion.
- Intégrer les 5 W pour mieux informer.
- Choisir le meilleur angle d'attaque.
- Hiérarchiser l'information pour la dynamiser.
- Le piège des chiffres.

### Mesurer l'importance de sa cible

- L'aparté, l'émotion, le lieu.
- L'importance de l'empathie et de l'écoute.
- L'interactivité provoquée.

### Augmenter le pouvoir de conviction

- Recourir au storytelling.
- Se reposer sur du concret.
- Accompagner les logiques de chaque développement.
- L'évolution de la rhétorique, les formules fortes, les adverbes et les adjectifs.

### Utiliser des supports visuels

- Remettre des documents écrits à l'auditoire : pour ou contre.
- Utiliser un support de présentation.

## PERFECTIONNEMENT

Code : 39908

- 2 jours | 14 heures
- Prix TTC : 1430 €

### OBJECTIFS

Écrire pour être compris par tous et être convaincant. Préparer et séquencer un discours en fonction du public. Capter l'attention. Utiliser des supports écrits ou visuels et provoquer l'empathie et l'interactivité.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux des techniques rédactionnelles et de la communication orale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à rédiger un discours pour un tiers.

Code Dokelio : 040614

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

13 - 14 mars 2019  
10 - 11 octobre 2019

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Stratégie de communication institutionnelle

Acquérir des outils et des méthodes pour piloter l'identité et valoriser l'image de son institution.

## PROGRAMME

### Comprendre les enjeux et les principes de la communication institutionnelle

- Trouver l'adéquation entre les valeurs de l'entreprise et les attentes sociétales.

### Définir l'identité corporate

- Définir des valeurs cohérentes.
- Définir le prisme d'identité de l'entreprise.
- Choisir un positionnement clair et différenciant.

### Concevoir un référentiel d'identité

- Choisir un code typographique, iconographique et sémantique.
- Formaliser l'ensemble de ces outils dans un référentiel d'identité.

### Mettre en œuvre une stratégie de communication institutionnelle

- Connaître les principales ressources de la communication institutionnelle.
- Utiliser les outils pour développer sa notoriété et valoriser son image.

### Concevoir et formaliser son plan de communication

- Décliner ses axes stratégiques en objectifs.
- Segmenter, qualifier et définir le comportement attendu de ses publics cibles.

### Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 39902

2 jours | 14 heures

Prix TTC : 1420 €

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux et les principes de la communication institutionnelle.  
Auditer les dispositifs et définir une stratégie.  
Définir des objectifs opérationnels et les indicateurs de résultat.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

### PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication.  
Toute personne en charge de la communication institutionnelle.

Code Dokelio : 040440

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Analyse de stratégies et de plans de communication réussis. Étude de cas : la communication entre parties prenantes.

## SESSIONS

Paris

18 - 19 novembre 2019

En partenariat avec



# Génération Y : attentes, pratiques et leviers de mobilisation

Se sensibiliser aux atouts de la mixité générationnelle et les actions pour la construire.

## PROGRAMME

### Au pays des Y : un monde pluriel

- Photographie de la culture Y et d'une génération en quête de sens et de valeurs.
- Diagnostic partagé qui sera le fil rouge de nos prochaines escalas.

### Une génération qui place l'engagement sociétal au cœur des attentes

- Explorer le modèle de l'engagement sociétal des entreprises comme une réponse possible à la recherche du sens au travail.

### Une génération en quête d'influence : de nouvelles communautés d'intérêts avec qui compter

- Trouver des modes de management inédits pour répondre aux impératifs d'interactivité, de transversalité et de transparence.

### Une génération attachée à la mixité des équipes et la diversité des profils

- Créer un cadre de travail inclusif, respectueux des identités de chacun, renforçant l'adhésion des collaborateurs.

### Une génération d'entrepreneurs : favoriser l'intrapreneuriat au service de l'innovation dans l'entreprise

- Déployer ce type de dispositifs comme stimulateurs d'innovation organisationnelle et levier de développement des talents.

## INITIATION

Code : 36087

1 jour | 7 heures

Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Utiliser les outils favorisant collaboration et intelligence collective au service de l'innovation managériale.  
Faire émerger des pratiques managériales innovantes.  
Développer une boîte à outils adaptée à votre contexte organisationnel.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication et du management.

### PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, directeurs opérationnels, responsables RH, responsables RSE.

Code Dokelio : 040443

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

10 juillet 2019

27 novembre 2019

### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# Animer ses réunions avec efficacité

Maîtriser les techniques d'animation de réunion pour faciliter les échanges et fédérer ses collaborateurs.

## PROGRAMME

### Préparer une réunion

- Différencier les types de réunions : équipe, information, production.
- Définir le sujet et les objectifs de la réunion.
- Identifier et impliquer les participants.
- Cadre la réunion : délimiter l'ordre du jour, sa durée, les règles du jeu.

### Encadrer le déroulement de la réunion

- Le rôle de l'animateur : lancer la discussion, prendre la parole, la donner.
- Faciliter l'expression des membres du groupe, générer leur implication.
- Orienter la progression des débats et stimuler le brainstorming.
- Éviter les digressions improductives, relancer, dynamiser, calmer le débat.
- Clore la réunion et présenter un plan d'action.

### Prévenir et gérer une situation difficile en réunion

- Observer, analyser et maîtriser les comportements.
- Maîtriser les personnes difficiles et réguler les conflits d'intérêts.

### Distinguer les différentes formes de réunion à distance

- Différencier : la visioconférence, l'audioconférence, la web-conférence.
- Les particularités de l'animation de réunion à distance.

## INITIATION

Code : 34003

- 1 jour | 7 heures
- Prix HT : 700 €

### OBJECTIFS

Préparer une réunion.  
Prévenir et gérer une situation difficile en réunion.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

Code Dokelio : 040432

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérimentale sont pratiquées lors de la formation.

## SESSIONS

Paris

5 juin 2019  
6 décembre 2019  
21 février 2020

# Présenter pour convaincre en réunion virtuelle



Présenter pour convaincre lors de réunions virtuelles : conférence téléphonique, vidéo-conférence.

## PROGRAMME

### S'approprier les spécificités du pitch virtuel

- Définition.
- Typologies.
- Particularités : éléments forts, freins.

### Appliquer le triangle du pitch virtuel

- Son : voix.
- Image : posture.
- Contenu : discours, supports.

### Construire le fil rouge du pitch virtuel

- 4 étapes pour donner du sens à ses idées et faciliter la compréhension.

### Mettre en place la carte visuelle de votre présentation

- Le double codage : présenter de sorte à donner envie aux publics d'écouter et voir pour mieux comprendre et mémoriser.

### Capter l'attention et la garder : les astuces

- Deux clés pour l'écoute attentive : teasing et interactivité.
- Discours et support PowerPoint en réunion virtuelle : éléments de langage sensoriel et communication visuelle.

### Classe virtuelle, mise en situation

- S'approprier les spécificités du pitch virtuel.
- Appliquer le triangle du pitch virtuel.
- Construire le fil rouge du pitch virtuel.
- Mettre en place la carte visuelle de votre présentation.
- Capturer l'attention et la garder : les astuces.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 38120

- 1 jour - 8 heures
- Prix HT : 860 €

### OBJECTIFS

Bâtit le fil rouge de ses présentations online.  
Élaborer son discours et ses supports de présentation pour capter et surtout garder l'attention de ses interlocuteurs.  
Pitcher pour convaincre.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques d'animation de réunions.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public. Managers, salariés, entrepreneurs, formateurs...

Code Dokelio : 058035

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Exercices ponctuels pour chaque séquence.  
Cas pratique : chaque stagiaire commence à bâtir la structure d'un pitch en formation présentielle.

## SESSIONS

Paris

Session 1  
Classe virtuelle le 12 mars et présentiel le 15 mars 2019

### Session 2

Classe virtuelle le 26 novembre et présentiel le 29 novembre 2019

FORMATS AU CHOIX :  
**présentiel** ou **blended**  
Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

En partenariat avec



### S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00  
sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
et pour du sur mesure :  
[intrafcfpj@cfpj.com](mailto:intrafcfpj@cfpj.com)

# Les outils du Storyteller au service du Personal Branding



Donner du sens à son parcours pour convaincre.

## PROGRAMME

### Le storytelling, ça s'apprend : parcours à distance

- Définir le concept storytelling et identifier ses multiples utilisations.
- Décrypter l'outil storytelling et les éléments qui le composent.
- Exploiter un storytelling à plusieurs facettes.

### Les outils du Storyteller au service du Personal Branding, la classe virtuelle

- Les outils du storytelling : schémas opérationnels pour mettre en narration son parcours.

### Les outils du Storyteller au service du Personal Branding, le présentiel

- Personal Branding : sortir des sentiers battus pour récolter la matière.
- S'appuyer sur le tri-cercle de la marque personnelle pour sélectionner les éléments pertinents et différenciateurs de son parcours.

- Storytelling : bâtir le fil rouge qui donne du sens à son parcours.
- Maîtriser les briques narratives pour mettre en récit son parcours.
- Pitch : structurer son pitch.
- Maîtriser les clés pour bâtir un pitch percutant : d'une durée de 30 secondes à une présentation de 10 minutes...
- Discours : préparer sa prise de parole.
- Enrichir et affiner ses éléments de langage pour raconter une histoire imagée et vivante, à l'oral et/ou à l'écrit, pour convaincre.
- Visuels narratifs : créer sa "photo-story".

Consultez notre site Internet pour voir le programme détaillé.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 36089

- 1.5 jour - 10 heures
- Prix HT : 845 €

### OBJECTIFS

Communiquer sur soi.  
Pitcher son parcours.  
Construire sa marque.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.  
Managers, salariés et entrepreneurs, personnes en recherche d'emploi...

Code Dokelio : 058087

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.  
Exercices pour chaque séquence.  
Cas pratique : chaque stagiaire construit son pitch et raconte son histoire.

## SESSIONS

### Paris

#### Session 1

Classe virtuelle le 22 janvier et présentiel le 25 janvier 2019

#### Session 2

Classe virtuelle le 17 septembre et présentiel le 19 septembre 2019

## FORMATS AU CHOIX :

**présentiel** ou **blended**

Déroulé pédagogique du format blended learning à découvrir sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

En partenariat avec



# Communiquer en situation de changement

Acquérir des techniques de communication adaptées aux périodes de changement ou de crise.

## PROGRAMME

### Adopter une stratégie de communication adaptée aux situations de changement voire de crise

- Anticiper ses communications.
- Communiquer sur le cadre, donner des repères.
- Privilégier une communication de proximité.
- Adopter une communication directive adaptée aux situations d'urgence.
- Parler vrai en toute transparence.
- Marteler, répéter, adapter ses messages clés dans la durée.
- Prendre en compte les bruits de couloir : les protocoles efficaces face à la rumeur.

### Privilégier la dimension humaine de sa communication

- Faire preuve d'empathie : parler moins, écouter plus.
- Encourager l'échange, provoquer les questions, susciter l'expression des craintes...
- Donner de la visibilité sur l'avenir : plus de storytelling, moins de stress.
- Valoriser, engager et motiver ses collaborateurs.

### Accompagner les changements et les mutations

- Assumer et reprendre à son compte le discours corporate.
- Communiquer souvent sur les orientations de l'entreprise.
- Mettre en valeur les opportunités de la crise.
- Impliquer les leaders psychologiques.

## APPROFONDISSEMENT

Code : 36056

- 2 jours | 14 heures
- Prix HT : 2000 €

### OBJECTIFS

Définir une stratégie de communication adaptée aux situations de changement et de crise.  
Privilégier la dimension humaine de la communication.  
Accompagner les changements et les mutations.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication interne.

### PUBLIC CONCERNÉ

Leaders et managers opérationnels, relais internes de la direction générale.

Code Dokelio : 031838

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mises en situation filmées et inspirées de cas réels, jeux de rôles, feedbacks et débriefings individuels.

## SESSIONS

### Paris

8-9 juillet 2019

9-10 décembre 2019

## S'INSCRIRE

au 01 44 82 20 00 sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com) par mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com) et pour du sur mesure : [intracfpj@cfpj.com](mailto:intracfpj@cfpj.com)

# INSCRIPTION



## 1 JE M'INSCRIS

en ligne sur [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)  
par e-mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
par téléphone : **01 44 82 20 00**  
par fax : **01 44 82 20 03**  
par courrier : **CFPJ - 35 rue du Louvre - 75002 PARIS**

## 2 JE SUIS MON INSCRIPTION

Un accusé de réception dans les 24h pour confirmer votre inscription

Votre convocation 15 jours avant la formation précisant les lieu, horaires et plan d'accès

Un formulaire de recueil des besoins envoyé en amont pour exprimer vos attentes

Un imprévu ? Faites-vous remplacer ou reportez votre inscription jusqu'à 15 jours avant votre formation.

## 3 J'ORGANISE MON DÉPLACEMENT

Pour réserver votre chambre d'hôtel, remplissez le formulaire en ligne sur le site de notre centrale de réservation BBA : [formation.netbba.com](http://formation.netbba.com) et indiquez dans le formulaire « Participant CFPJ » - Réponse dans la journée.

Pour toute information complémentaire, vous pouvez contacter directement la centrale :  
Par téléphone au 01 49 21 55 90,  
Par e-mail : [solution@netbba.com](mailto:solution@netbba.com)

Accessibilité et régimes spéciaux : prévenez-nous lors de votre inscription.

## 4 LE JOUR J

L'accueil - À Paris et à Lyon, nos hôtesses vous accueillent et vous guident vers votre salle de formation.

Les horaires - Nos formations débutent à 9h et se terminent à 17h30. Les horaires du dernier jour sont adaptables en fonction des impératifs de transport de chacun. Nous vous garantissons une durée de formation de 7 heures par jour.

Le repas peut être pris en commun dans les nombreux restaurants implantés à proximité du lieu de la formation.

Les frais de repas restent à la charge du participant. Profitez d'un déjeuner dans un restaurant du quartier pour échanger avec l'animateur et les autres participants.

## 5 MON ESPACE FORMATION : AMÉNAGÉ POUR FAVORISER L'APPRENTISSAGE ACTIF

Salles à la lumière du jour dont la disposition favorise l'apprentissage et les échanges entre participants.

Accès au Centre :  
RER A, B et D : station Châtelet - Les Halles Métro : stations Les Halles (ligne 4), Louvre-Rivoli (ligne 1), Sentier (ligne 3), Châtelet (lignes 1, 4 et 11), Grands-Boulevards (ligne 9).  
Bus : Louvre - Étienne Marcel (lignes 29, 48, 67, 74 et 85)  
Voiture : stationnement difficile hors parking > Parking : Forum des Halles, Bourse, Croix-des-Petits-Champs.

## 6 LE FINANCEMENT DE MA FORMATION

Budget de formation des entreprises : la facture adressée vaut convention de formation simplifiée. Un devis ou une convention de formation simplifiée peuvent être établis à la demande du client.  
Renseignements : Tél. 01 44 82 20 00

Financement personnel : lorsque le participant finance lui-même sa formation, des remises et des facilités de paiement peuvent lui être consenties. Pour toute inscription à titre individuel, quel que soit le mode de financement, un contrat de formation professionnelle doit être établi au plus tard 20 jours avant le début de la formation (art L 920.13 du Code du travail).  
Renseignements : Tél. 01 73 00 11 81

Financement Congé individuel de formation (CIF) / Demandeur d'emploi CFPJ propose des plans de formation adaptés à la situation et au projet de chaque participant.

Renseignements : Christine Hugonet  
Tél. : 01 44 82 20 22 - e-mail : [chugonet@cfpj.com](mailto:chugonet@cfpj.com)

## 7 ... ET POUR FINIR !

Pour les formations Blended Learning : qu'il s'agisse de module e-learning, classe virtuelle, communauté d'apprenants... poursuivez votre formation à distance.

À J+3, remplissez votre bilan qualité en ligne.

Un responsable de secteur vous contacte immédiatement si la formation n'a pas répondu à vos attentes pour trouver des solutions alternatives.

# BULLETIN D'INSCRIPTION

À photocopier et à retourner au service inscriptions, CFPJ - 35, rue du Louvre - 75002 Paris  
Tél. : 01 44 82 20 00 - Fax : 01 44 82 20 03 - E-mail : inscription@cfpj.com

## LA FORMATION

Intitulé de la formation : \_\_\_\_\_

Code : \_\_\_\_\_ Prix (€ HT) : \_\_\_\_\_

Date souhaitée : \_\_\_\_\_

Lieu de la formation :  Paris  Lyon  Bordeaux  
 Lille  Nantes  Strasbourg

## LE PARTICIPANT

Mme  Mlle  M.

Nom\* : \_\_\_\_\_

Prénom : \_\_\_\_\_

Adresse personnelle : \_\_\_\_\_

Tél. bureau\* : \_\_\_\_\_

Tél. mobile : \_\_\_\_\_

Fax bureau : \_\_\_\_\_

E-mail\* : \_\_\_\_\_

Fonction - Profession\* : \_\_\_\_\_

Numéro de Sécurité Sociale (Inscription individuelle) : \_\_\_\_\_

\* Indispensable pour traiter l'inscription du participant

## L'ENTREPRISE

Nom de l'entreprise : \_\_\_\_\_

Secteur d'activité (code APE/NAF) : \_\_\_\_\_

Nom et prénom du gestionnaire du dossier : \_\_\_\_\_

E-mail du gestionnaire du dossier : \_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_

Fax : \_\_\_\_\_

Nom et qualité du signataire de la convention : \_\_\_\_\_

La convocation doit être envoyée (merci de cocher la case correspondante) :

au participant  au responsable de formation  aux deux

La non-réception éventuelle de celle-ci n'a pas valeur d'annulation de l'inscription.

Adresse de l'entreprise : \_\_\_\_\_

Code Postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_

Numéro de Siret de l'entreprise : \_\_\_\_\_

Numéro de TVA : \_\_\_\_\_

Bon de commande : \_\_\_\_\_

## N° SIRET CFPJ : 449 557 339 00016

En cas de refus ou de carence de l'organisme financeur, l'employeur s'engage à payer au CFPJ la totalité des sommes restant dues.

Les données personnelles recueillies sur le présent formulaire sont utilisées dans le cadre de l'inscription, de la gestion et du suivi de la formation par les services du CFPJ (groupe ABILWAYS) en charge du traitement. Conformément à la réglementation française et européenne elles sont conservées pour la durée légale de prescription des contrôles administratifs et financiers applicables aux actions de formation. Vous disposez sur vos données d'un droit d'accès, de rectification, de limitation du traitement, d'effacement ainsi que d'un droit d'opposition et de portabilité qui peut être exercé par courrier 35 rue du Louvre 75002 Paris ou à l'adresse mail correctionbdd@cfpj.com. Vous pouvez consulter notre politique de protection des données sur notre site [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com). ABILWAYS peut vous communiquer par voie postale, téléphonique ou électronique, de l'information commerciale en lien avec vos centres d'intérêt concernant ses activités. Si vous ne le souhaitez pas ou si l'un de ces moyens de communication vous convient mieux, merci de nous écrire 35 rue du Louvre - 75002 Paris ou à l'adresse mail correctionbdd@cfpj.com

BY ABILWAYS

AVEZ-VOUS DÉJÀ SUIVI

UNE FORMATION AU CFPJ ? SI OUI, LAQUELLE ?

## LE FINANCEMENT

Adresse de facturation : \_\_\_\_\_

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur votre facture ?

Oui  Non

Si oui, numéro : \_\_\_\_\_

Le CFPJ se réserve le droit d'exclure le participant à la formation si le client n'a pas transmis son bon de commande au CFPJ avant le début de la formation.

Le financement de votre formation passera-t-il par un OPCA ?

Oui  Non

Numéro de prise en charge : \_\_\_\_\_

Adresse de votre OPCA : \_\_\_\_\_

Si l'accord de prise en charge de l'OPCA ne parvient pas au CFPJ au premier jour de la formation. Le CFPJ se réserve la possibilité de facturer la totalité des frais de formation au client.

Lorsque le règlement est assuré par un organisme (ASFO, FAF, Chambre de commerce...), indiquez ses coordonnées ci-dessous.

Nom de l'organisme : \_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_

Adresse de l'organisme : \_\_\_\_\_

Numéro de Siret de l'organisme : \_\_\_\_\_

Pour les employeurs de l'État, des collectivités locales et des établissements publics à caractère administratif, joindre obligatoirement le bon de commande.

Date

Signature et cachet de l'entreprise (obligatoire)

CF19WEB

## RÈGLEMENT

Vous pouvez payer en indiquant le nom du participant :

par chèque à l'ordre de SAS CFRJ

par virement bancaire :

✎ BNP Paribas - Agence Elysée Haussmann, 37-39 rue d'Anjou  
75008 Paris  
Compte n° 30004 00819 00011882703 61,  
libellé au nom de SAS CFRJ.

✎ CFPJ se réserve le droit d'annuler ou de reporter, sans frais, une session qui, une semaine avant son ouverture, ne réunirait pas le nombre minimal d'inscrits nécessaire au bon déroulement de la formation.

Toute inscription vaut acceptation des conditions générales de vente détaillées au verso.

# EXTRAITS DES CONDITIONS GÉNÉRALES ET PARTICULIÈRES DE VENTE\*

CGV à jour de la RGPD

Retrouvez nos Conditions Générales ainsi que notre politique de confidentialité et de protection des données sur notre site Internet : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

## Objet

Le présent document, ci-après « Conditions Générales de Ventes » (« CGV »), s'applique à toutes les offres de formation proposées par la société, et faisant l'objet d'une commande de la part du Client, à savoir les formations présentielles et les formations e-learning, correspondant à des modules de formation dans un espace électronique sécurisé, en mode e-learning (ou Formations Ouvertes et A Distance - FOAD), accessibles depuis sa plate-forme. L'offre de services développée est conforme à la circulaire n° 2001/22 du 20 juillet 2001 de la Délégation Générale à l'Emploi et à la Formation Professionnelle relative aux formations ouvertes et à distance « FOAD » (e-learning).

## Disponibilité et opposabilité des CGV

Les CGV sont mises à la disposition du Client sur le site Internet de la Société ([www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)). Les CGV sont opposables au client qui reconnaît, en cochant la case prévue à cet effet, en avoir eu connaissance et les accepter avant de passer commande.

La validation de la commande par sa confirmation vaut adhésion par le Client au CGV en vigueur au jour de la commande, dont la conservation et la reproduction sont assurées par le vendeur professionnel conformément à l'article 1127-2 du Code de commerce.

Le fait de passer commande implique adhésion entière et sans réserve du Client aux présentes CGV et à leur annexe, le Client se portant fort de leur respect par l'ensemble de ses salariés, préposés et agents.

La commande est réputée ferme et définitive lorsque le Client renvoie, par tout moyen, le bon de commande signé (fax, transmission électronique, courrier). Le Client reconnaît à cet effet que, préalablement à la signature du bon de commande, il a bénéficié des informations et conseils suffisants par la société, lui permettant de s'assurer de l'adéquation de l'offre de services à ses besoins.

Validation de la commande  
Le vendeur se réserve le droit de refuser toute commande pour des motifs légitimes

## Modification des CGV

La société se réserve le droit de réviser les présentes conditions générales à tout moment, les nouvelles conditions s'appliquant à toute nouvelle commande, quelle que soit l'antériorité des relations entre la Société et le Client. Une copie des nouvelles CGV est disponible sur le Site et peut être remise au Client à sa demande

## Clause des CGV

La nullité d'une clause des CGV n'entraîne pas la nullité des CGV.

L'application temporaire d'une ou plusieurs clauses des CGV par le vendeur ne saurait valoir renonciation de sa part aux autres clauses des CGV qui continuent à produire leurs effets.

## Tarif

Le prix par participant est indiqué sur chaque fiche de formation. Les tarifs sont également consultables sur le site Internet de la société et sur le catalogue de formations de l'année en cours.

Le prix de vente sont indiqués en euros. Le montant total dû par le client est indiqué sur la page de confirmation de la commande.

Toute formation ou tout cycle commencé est dû en totalité à titre d'indemnité, même si le participant ne s'est pas présenté.

Nos tarifs sont forfaitaires. Les pauses-café sont offerts aux participants

## Règlement

Le règlement de l'intégralité du prix de la formation est à effectuer à l'inscription, ou à réception de la facture, comptant, sans escompte, par virement ou par chèque à l'ordre de la Société CFPJ, sauf autres dispositions particulières. Tout paiement postérieur aux dates d'échéance figurant sur les factures de la société donnera

lieu à l'application d'intérêts moratoires définis par la loi et les règlements en vigueur et à une indemnité forfaitaire de frais de recouvrement de 40 € Elles sont exigibles sans qu'il soit besoin de mise en demeure.

En cas de paiement effectué par un OPCA, il appartient au bénéficiaire de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme concerné. En cas de prise en charge partielle par l'OPCA, la part non prise en charge sera directement facturée au Client. Si l'accord de prise en charge de l'OPCA ne parvient pas à la Société au premier jour de la formation, la Société se réserve la possibilité de facturer la totalité des frais de formation au Client.

La société se réserve le droit :

- d'exclure de toute formation présentielle, et ce à tout moment, tout participant dont le comportement générerait le bon déroulement de la formation et/ou manquerait gravement aux présentes CGV ;
- de suspendre l'accès à un module de formation e-learning, tout participant qui aurait procédé et ce, de fausses déclarations lors de l'inscription et ce, sans indemnité ;
- de refuser toute inscription de la part d'un Client pour motif légitime et non discriminatoire, et notamment de refuser toute commande d'un Client avec lequel il existerait un litige relatif au paiement d'une commande antérieure.

## Droit de rétractation

En application de l'article L. 221-28 du code de la consommation (ancien C. consom., art. L. 121-21-8), le Client est informé du fait que le droit de rétractation ne peut être exercé pour certains contrats.

S'agissant de prestations de services, le délai de rétractation expire quatorze jours après le jour de la conclusion du contrat  
Pour exercer le droit de rétractation, le Client devra notifier :

- son nom, son adresse géographique et, lorsqu'ils sont disponibles, son numéro de téléphone, son numéro de télécopieur et son adresse électronique ;
- ainsi que sa décision de rétractation du contrat au moyen d'une déclaration dénuée d'ambiguïté (LRAR, télécopie ou courrier électronique dès lors que ces coordonnées sont disponibles et de ce fait apparaissent sur le formulaire type de rétractation

Pour que le délai de rétractation de quatorze jours soit respecté, il suffit que le Client transmette sa communication relative à l'exercice du droit de rétractation avant l'expiration de ce délai

Dans tous les cas, la charge de la preuve de cet exercice repose sur le client.

En cas de rétractation la part du Client dans le délai légal, la Société rembourse tous les paiements reçus, y compris les éventuels frais de sans retard excessif et, en tout état de cause, au plus tard quatorze jours à compter du jour où la Société a été informée de la décision de rétractation du contrat éventuel.

La Société procéderait au remboursement en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé pour la transaction initiale. Avec l'accord exprès du client, un autre moyen peut être utilisé. En tout état de cause, ce remboursement n'occasionnera pas de frais pour le Client.

## Annulations/remplacements/reports hors délai de rétractation

Hors le cas de la rétractation intervenant dans le délai légal, toute annulation intervenant après le délai de 14 jours entraînera obligation pour le Client de payer à la Société 30 % du prix convenu.

Pour les formations présentielles, les remplacements de participants sont admis à tout moment, sans frais, sur communication écrite des noms et coordonnées du remplaçant.

Pour les formations de e-Learning, les remplacements de participants sont admis à condition d'en informer la Société sept jours à l'avance, sans frais, sur communication écrite des noms et coordonnées du remplaçant. A défaut, une

indemnité correspondant au coût de l'inscription à ladite formation sera due à la Société.

Si le nombre de participants à une formation est jugé insuffisant pour des raisons pédagogiques, la société se réserve le droit d'annuler cette formation au plus tard une semaine avant la date prévue. Les frais d'inscription préalablement réglés seront alors entièrement remboursés ou, à la convenance du Client, un avoir sera émis. La Société se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou les animateurs, tout en respectant la même qualité pédagogique du stage initial, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

## e-learning

En cas de commande d'un produit « e-learning », les conditions spécifiques d'accès aux modules, ainsi que leurs caractéristiques sont détaillées aux « CONDITIONS PARTICULIÈRES E-LEARNING », qui font l'objet d'un document séparé, et annexé aux présentes, communiqué, dans leurs dernières versions, sur le site Internet [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

L'adhésion aux Conditions Particulières emporte adhésion aux présentes CGV.

## Responsabilité - Indemnités

Le Client s'oblige à souscrire et maintenir en prévision et pendant la durée de la formation une assurance responsabilité civile couvrant les dommages corporels, matériels, immatériels, directs et indirects susceptibles d'être causés par ses agissements au préjudice de la Société. Il s'oblige également à souscrire et maintenir une assurance responsabilité civile désignant également comme assuré la société pour tous les agissements préjudiciables aux tiers qui auraient été causés par le Client et contenant une clause de renonciation à recours de telle sorte que la société ne puisse être recherchée ou inquiétée.

En cas de responsabilité engagée de la Société envers le Client, la Société devra rembourser au Client le montant payé par le Client au titre de la prestation fournie.

En aucun cas, la responsabilité de la société ne pourrait être engagée au titre de dommages indirects tels que pertes de données, de fichiers, perte d'exploitation, préjudice commercial, manque à gagner ou atteinte à l'image et à la réputation.

Dans tous les cas, la responsabilité de la société est exclue en cas de force majeure.

## Confidentialité et propriété intellectuelle

Le Client ne peut utiliser les propositions, travaux, études et concepts, méthodes et outils de la société que pour les fins stipulées à la commande.

La Société a déposé seule les droits intellectuels afférents aux formations qu'elle dispense ; de sorte que la totalité des supports pédagogiques, quelle qu'en soit la forme (papier, numérique, orale...) utilisés dans le cadre de la commande demeure sa propriété exclusive.

Le Client s'interdit d'utiliser, reproduire, directement ou indirectement, en totalité ou en partie, d'adapter, de modifier, de traduire, de représenter, de commercialiser ou de diffuser à des membres de son personnel non participants aux formations de la société ou à des tiers les supports de cours ou autres ressources pédagogiques mis à sa disposition sans l'autorisation expresse et écrite de la société ou de ses ayants droits.

Les parties s'engagent à garder confidentielles les informations et documents de nature économique, technique ou commerciale concernant l'autre partie, auxquels elles pourraient avoir accès au cours de l'exécution du contrat.

## Protection des Données Personnelles

Conformément à la réglementation européenne (RGPD) et française en vigueur, la Société, en sa qualité de responsable de traitement, s'engage à traiter avec la plus grande attention les

données à caractère personnel de ses clients.

La Société respecte tout un ensemble de devoirs et octroie à ses clients tout un ensemble de droits relatifs à leurs données à caractère personnel.

Les engagements pris par la Société sont énumérés dans le document Politique de Confidentialité et de protection des données à caractère personnel, annexé aux présentes CGV dont il constitue le prolongement et le complément, et accessible sur notre site Internet à l'adresse suivante : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com).

Litiges et médiation

En application de l'ordonnance n° 2015-033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2016, codifiée sous le titre 1<sup>er</sup> du livre IV intitulé « Médiation » du Code de la Consommation, tout client ayant la qualité de consommateur dispose du droit de recourir à la médiation pour régler par la voie amiable un litige l'opposant à un professionnel.

## Réclamation préalable

En application des Articles R. 221-0 et suivants du code de la consommation ; tout client ayant la qualité de consommateur devra, en cas de litige, s'adresser en priorité au service clientèle de l'entreprise au 01 44 82 20 00 (numéro non surtaxé à partir d'une ligne fixe en France métropolitaine), du lundi au vendredi sauf jour férié ou chômé, de 9h00 à 12h et de 14h00 à 17h30, ou par courrier électronique ([info-client@cfpj.com](mailto:info-client@cfpj.com)) ou postal à CFRJ - 35 rue du Louvre 75002 Paris.

## Demande de médiation

En cas d'échec de la demande de réclamation auprès du service consommateurs ou en l'absence de réponse de ce service dans un délai de deux mois, tout client ayant la qualité de consommateur peut soumettre le différend relatif au bon de commande ou aux présentes CGV l'opposant à un médiateur qui tentera, en toute indépendance et impartialité, de rapprocher les parties en vue d'aboutir à une solution amiable.

Les parties au contrat restent libres d'accepter ou de refuser le recours à la médiation ainsi que, en cas de recours à la médiation, d'accepter ou de refuser la solution proposée par le médiateur.

## Tribunal compétent

À défaut d'accord amiable, le Client pourra saisir le tribunal pour tout litige relatif à l'existence, l'interprétation, la conclusion, l'exécution ou la rupture du contrat ainsi que sur tous les documents connexes à ce contrat.

Le tribunal compétent sera celui du lieu du domicile du défendeur (article 42 du code de procédure civile) ou celui du lieu de la livraison effective de la chose ou de l'exécution de la prestation de service (article 46 du code de procédure civile).

## Droit applicable

Le présent contrat et les CGV le régissant sont soumis à la loi française.

## Contrats transfrontières dans le marché intérieur

Le présent contrat et les CGV le régissant sont soumis à la loi française.

**CFPJ**

35 rue du Louvre - 75002 Paris  
Tél : 01 44 82 20 00  
Fax : 01 44 82 20 03  
E-mail : [inscription@cfpj.com](mailto:inscription@cfpj.com)  
Site : [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

Vous acceptez les conditions particulières qui figurent sur le site [www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)

# ILS NOUS FONT CONFIANCE

Complémentarité print-numérique, stratégie éditoriale, stratégie de communication, relations médias, communication visuelle, orale, écrite : CFPJ accompagne plusieurs centaines de médias, entreprises, administrations et collectivités territoriales dans la mise en place de leurs formations.

## MÉDIAS

AB PRODUCTION - ALBIN MICHEL - ALTERNATIVES ECONOMIQUES - ALTICE (MA CHAINE SPORT ? NEXTRADIO TV...) - BAYARD PRESSE - CANAL PLUS - CENTRE INFO - CONDE NAST- GROUPE EBRA - EDITIONS FRANCIS LEFEBVRE - EQUIDIA - FLAMMARION - EURONEWS - EUTELSAT - FRANCE TELEVISION - GROUPE LA DEPECHE DU MIDI - GROUPE LE POINT - GROUPE MONITEUR - INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE - KANTAR MEDIAS - GROUPE LAGARDERE (ELLE, EUROPE 1, VIRGIN RADIO...) - L'ARGUS - LA MANCHE LIBRE - NRCO - LARIVIERE - LA VOIX DU NORD - LE COURRIER PICARD - LE FIGARO - LE MAINE LIBRE - LE PARISIEN - L'EQUIPE - LES ECHOS - L'HUMANITE - LE TELEGRAMME-L'INDEPENDANT DU MIDI - GROUPE M6 - MARIE CLAIRE - MARITIMA MEDIAS - MIDI LIBRE - NEWSO - NRJ GROUP - OUEST FRANCE - PRISMA MEDIA - PUBLIC SENAT - RADIO FRANCE - REUTERS - RTL - SAPEO - SUD OUEST - TELERAMA - TF1 SA - TV5 MONDE - UFC QUE CHOISIR - WOLTERS KLUWER...

## ENTREPRISES HORS MÉDIAS

AEROPORTS DE PARIS - AIR LIQUIDE - ALLIANZ - ALSTOM - ANDRA - APRIL - AREVA - ARIANESPACE - ARVAL - AUCHAN - AXA - BANQUE DE FRANCE - BIC - BOUYGUES - BNP PARIBAS - GROUPE BPCE - BPIFRANCE - BRED - CAISSE D'EPARGNE - CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATIONS - CARREFOUR - CARSAT - CARTIER INTERNATIONAL - CASINO - CELGEN - CHANEL - CLARINS - CLUB MEDITERRANEE - CNP - CONTINENTAL - COVEA - CREDIT AGRICOLE - CREDIT MUTUEL - CTS CENTRE SPACIAL - DECATHLON - DUPONT DE NEMOURS - EDMOND DE ROTHSCHILD - EIFFAGE - ENGIE - ERDF - EULER HERMES - EURO DISNEY - EURONEXT - EUROTUNNEL - EUROPEAN PRIVATE BANKERS - EY SERVICES - GEMALTO - GENERALI - GL EVENTS - GMC - GROUPAMA - HENNER - HERMES - IFP - INGENICO - IPSOS - JURIDICA - KPMG - LAFARGE - LASALLE INVESTMENT MANAGER - LESIEUR - LG ELECTRONICS - L'OREAL - LVMH - LULLABY COMMUNICATION - LYONNAISE DES EAUX - MAIF - MALAKOFF - MEDERIC - MERCEDES BENZ - MESSIER MARIS - MICHELIN - MOET HENNESSY - MONDIAL ASSISTANCE - MUREX - NESTLE - NINA RICCI - PAGES JAUNES - PIERRE FABRE - PSA - PUBLICIS - RENAULT - RHODIA OPERATIONS - ROLEX FRANCE - SAFRAN - SAINT GOBAIN - SAMSUNG - SANOFI PFIZER - SFAC - SFR - SCHENKER - SCHNEIDER ELECTRIC - SODEXO - SUEZ - SYSTEME U - SOCIETE GENERALE - TECHNIP - THALES - TOTAL - UNION DES MOUSQUETAIRES - VALEO - VERLINGUE - VENTE PRIVEE - VEOLIA - VINCI...

## SECTEUR PUBLIC/ FONDATIONS / ASSOCIATIONS

ACTION CONTRE LA FAIM - AGENCE FRANCAISE DE DEVELOPPEMENT - AMBASSADES - ASSEMBLEE NATIONALE - AMNESTY INTERNATIONAL - ASSOCIATION DES MAIRES DE FRANCE - AUTORITE DE SANTE - AUTORITE DES MARCHES FINANCIERS - CFDT - CFTC - CNAV - CCI - CENTRE D'ACTION SOCIALE DE PARIS - CNIL - CNRS - CENTRE NATIONAL DU CINEMA - CHAMBRE REGIONALE DES METIERS ET DE L'ARTISANAT - COLLECTIVITES TERRITORIALES - COMMISSION DE REGULATION DE L'ENERGIE - CPAM - DIRECTION GENERALE DE L'AVIATION CIVILE - ENA - FEDERATION FRANCAISE DE TENNIS - FONDATION ABBE PIERRE - FONDATION DE L'ECOLE POLYTECHNIQUE - GREENPEACE - IGPDE - INPI - INRA - INRS - LA CINEMATHEQUE FRANCAISE - MAIRIE DE PARIS - INA - INSTITUT PASTEUR - LA CROIX ROUGE - LES PETITS FRERES DES PAUVRES - MINISTERES (DEFENSE, JUSTICE, ECOLOGIE, FINANCES...) - MISSION LAIQUE - MUSEE DU LOUVRE - OCDE - OFFICE FRANCAIS DE L'IMMIGRATION ET DE L'INTEGRATION - OPERA NATIONAL DE LYON - POLE EMPLOI - SACEM - SCOUTS ET GUIDES DE FRANCE - SERVICES DU PREMIER MINISTRE - SIDACTION - SIRP - SNCF - STIF - SYNDICAT DES PILOTES D'AIR FRANCE - UNICEF - UNION SOCIALE POUR L'HABITAT - UGAP - URSSAF - VOIES NAVIGABLES DE FRANCE...



Retrouvez toutes nos formations sur notre site

**[www.cfpj.com](http://www.cfpj.com)**

Pour suivre nos actualités, nos événements et nos avis d'experts,  
rendez-vous sur notre blog et nos réseaux sociaux

**[blog.cfpj.com](http://blog.cfpj.com)**



35 rue du Louvre - 75002 Paris  
01 44 82 20 00

**CFPJ** EST UNE MARQUE DU GROUPE

**ABILWAYS**   
BUILD YOUR **SINGULARITY**