



**Centre de formation
des métiers de la communication et du digital**

Catalogue 2026



C'est quoi La Box Académie ?

De l'Agence de communication La Box Com est née La Box Académie : un **CFA agile et alternatif** !

La Box Académie est un lieu de formation aux métiers de l'agence de communication, innovant, ouvert, complet qui **accueille tout apprenant, entrepreneur et entreprise** souhaitant se former avec une approche pédagogique interactive, humaine et réaliste. Les membres de la Box Académie accompagnent les étudiants depuis + de 20 ans et les entreprises/entrepreneurs depuis + de 10 ans.

Leila

*Formatrice Web marketing
& Réseaux sociaux*



Xavier

*Formateur Rédaction &
Relations presse*



Alexandra

*Formatrice Stratégie
de com & événementiel*



Alexandre

*Formateur création
graphique &
intelligence artificielle*



Qui formons-nous ?

Les porteurs de projets

Qui souhaitent **développer leur business** en s'initiant aux métiers de la communication ou en **se faisant accompagné, sous forme de mentoring**, sur un domaine spécifique.

Les entreprises et leurs salariés

Qui souhaitent se perfectionner dans un domaine et **faire monter en compétence ses collaborateurs ou un futur employé** via le POEI.

Les particuliers

Qui souhaitent **apprendre ou réapprendre un métier** dans un projet de réorientation professionnelle.

Les étudiants

Qui souhaitent, juste après le Bac, **continuer des formations diplômantes** (Titre RNCP) afin d'**apprendre les métiers de la communication**. Nous les formons du BTS au Mastère 2 le tout **rythmé par de l'alternance**.



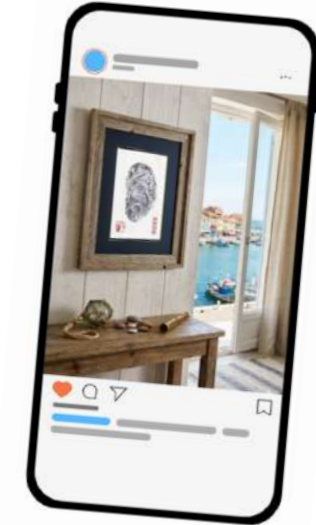
Comment La Box Académie accompagne les porteurs de projets entrepreneuriaux ?

Voici un exemple d'accompagnement réalisé pour un porteur de projet



et concrètement ça donne quoi ?

Voici un exemple d'accompagnement réalisé pour un porteur de projet



La formation démarre !

Formation aux outils de conception

Les premiers visuels prennent forme et les logiciels de conception et d'IA générative sont maîtrisés

Formation à la stratégie de communication

Le plan d'action est défini :
On dit quoi, à qui, quand et comment ?

Formation à la stratégie digitale

Le site va être référencer et un calendrier éditorial pour les réseaux est créé

Avoir une idée → Construire un projet → Faire connaître ce projet → Faire évoluer ce projet

Formation à la gestion d'une marque

Le projet est clarifié et les bases sont posées

Nom de la marque :
Gyotaku Studio
Nom de la gamme :
Gyotaku en Méditerranée

Concept basé sur un art japonais consistant à reproduire des empreintes

Formation à l'identité visuelle

Le logo est créé et la charte graphique est définie



Formation à la création et la gestion d'un site

Le site est prêt à être mis en ligne et l'outil de gestion est maîtrisé



La formation est terminée !

Comment financer ma formation ?

Vous êtes **Chef d'entreprise, autoentrepreneur** ou **salarié**

Par le biais de votre OPCO :

(montant utilisable et renouvelé une fois par an)

** Point important : le fonds de financement formation n'est pas transmissible d'une année sur l'autre. Ce qui veut dire que si vous n'utilisez pas votre budget OPCO avant la fin de l'année, celui-ci disparaît.*

De quel OPCO je dépend ?

L'OPCO (Opérateur de Compétences) est l'organisme qui gère les budgets de formation de votre branche d'activité.

Pour savoir de quel OPCO vous dépendez cliquez ici

[Découvrir mon OPCO](#)

Par le biais de votre CPF :

Selon votre statut de dirigeant vous pouvez cumuler OPCO + CPF



Retrouvez plus d'informations sur le financement de vos formations dans le document "[Mes droits à la formation](#)"

Vous êtes un **Particulier**

Par le biais de votre CPF :

Pour chaque salarié en poste une cotisation en moyenne **500 € par an** **crédité automatiquement**, en général entre mars et juin de chaque année (avec un **plafond de 5 000 € maximum** pour la majorité des actifs).

Une participation financière est obligatoire : 103,20 € de reste à charge (Janvier 2026) pour toute formation financée via le CPF. Ce montant est forfaitaire, quel que soit le prix de la formation, indexé sur l'inflation. Pas de reste à charge si vous êtes demandeur d'emploi.

Il est mobilisable via > moncompteformation.gouv.fr

Vous devez avoir mis en place une identité vérifiée (Identité numérique ou France Connect) pour y accéder.

Par le biais de France Travail :

L'AIF est une **aide financière accordée par France Travail** pour permettre à un demandeur d'emploi de suivre une formation non entièrement couverte par d'autres dispositifs (CPF, Région, etc.). Pas de montant ou plafond fixe. Le financement dépend : du coût de la formation, de la cohérence du projet professionnel, des financements déjà mobilisés (CPF, Région, OPCO, etc.).

Renseignements auprès de votre conseiller France Travail.

Vous êtes **un employeur** et vous voulez former un candidat avant de le recruter :

Par le biais du POEI de France Travail :

La POEI est un **dispositif de formation préalable à l'embauche, financé par France Travail**, permettant de former un demandeur d'emploi sur des **compétences spécifiques à un poste avant son recrutement**. Objectif : former → recruter. Ce n'est pas une formation "libre", mais une formation adossée à une promesse d'embauche.

Formation financée par France Travail. Coût pris en charge : **Jusqu'à 400 heures maximum**, montant plafonné (variable selon régions et accords). **L'employeur ne paie pas la formation (sauf reste éventuel selon accords).**



Sur quels sujets se former à La Box Académie ?

Une définition vous échappe ? Retrouvez un glossaire à la fin de ce document ;)



Comment **analyser mon environnement** en réalisant de la veille et des études terrain



Comment **construire ou améliorer mon offre** produit ou service



Comment **organiser la communication** pour faire connaître mon entreprise



Comment **créer et raconter** l'histoire de ma marque



Comment **réaliser l'identité graphique et les supports** de mon entreprise



Comment **entretenir une relation** avec les journalistes et les médias



Comment **organiser un évènement**



Comment **référencer et faire vivre** mon site internet



Comment **gérer les réseaux sociaux** de mon entreprise et **faire appel à des influenceurs**



Comment **l'Intelligence Artificielle** peut m'aider dans mon activité



Comment **améliorer sa prise de parole** en public ou en interne



Comment **agir en tenant compte de son impact environnemental**

ooo

Et d'autres formations sur mesure et **adaptées à vos activités !**

Thématique 1

Définir ou améliorer mon offre commerciale



Comment **analyser mon environnement** en réalisant de la veille et des études terrain



Comment **construire ou améliorer mon offre** produit ou service

Une définition vous échappe ? Retrouvez un glossaire à la fin de ce document ;)



Comment **analyser mon environnement** en réalisant de la veille et des études terrain ?

Quelle formation répond à cette question ?

Veille, études et études de marché

Contenu / Programme :

- Outils et techniques de veille
- Études de marché : PESTEL, PORTER, etc.
- Études qualitatives et quantitatives (Formulaire + réalisation d'entretiens quali)
- Enquêtes et mesures
- Méthodes d'analyse des informations
- Segmenter le marché et construire l'offre de l'entreprise
- Définir le positionnement et les avantages concurrentiels de l'entreprise

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Exercice pratique / Mise en situation

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **connaître votre marché** et **mettre en place des outils** d'analyse
- ✓ à savoir **qui pourrait consommer** votre produit ou service
- ✓ à **construire** ou à **améliorer votre offre**

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! **Un ordinateur pour organiser les recherches** et la volonté d'améliorer votre offre !

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **dossier complet de veille** concurrentielle, marché, technologique et innovation sur votre secteur d'activité
- ✓ Une **étude quantitative** réalisée + une **analyse des résultats**
- ✓ Une **synthèse** d'au moins une étude qualitative réalisée



Comment construire ou améliorer l'offre de mes produits et mes services ?

Quelle formation répond à cette question ?

Construire son offre marketing

Contenu / Programme :

- Marketing Mix (4P)
- Marketing opérationnel des 5 C
- Les diagnostics interne et externe ;
- Les outils (SWOT, SIM, Matrice BCG, Matrice de Mac Kinsey, Analyse de Porter, Matrice d'Ansoff etc)
- Les 3 niveaux de la stratégie marketing : entreprise, domaine d'activité, opérationnelle
- Démarche marketing – Rôle du besoin

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Exercice pratique / Mise en situation

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **connaitre les bases du marketing**
- ✓ à **définir votre offre** de produits et de services

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! **Une liste de l'ensemble de vos produits / vos services et une liste de vos concurrents.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Une **stratégie** pour vous **différencier des concurrents**
- ✓ Une **stratégie** marketing pour **clarifier votre offre**

Thématique 2

Créer sa marque, son logo, concevoir les visuels et communiquer dessus



Comment **créer et raconter** l'histoire de ma marque



Comment **organiser la communication** pour faire connaître mon entreprise



Comment **réaliser l'identité graphique et les supports** de mon entreprise



Comment **organiser un évènement**



Comment **entretenir une relation** avec les journalistes et les médias



Comment **améliorer sa prise de parole** en public ou en interne



Comment **agir en tenant compte de son impact environnemental**

Une définition vous échappe ? Retrouvez un glossaire à la fin de ce document ;)



Comment créer une marque originale pour se différencier de la concurrence ?

Quelle formation répond à cette question ?

Identité de marque

Contenu / Programme :

- Connaitre les composantes de l'identité de marque
- Définir les valeurs, la mission et la vision de l'entreprise
- Définir le prisme identitaire (la personnalité de la marque)
- Positionner la marque dans l'esprit du consommateur
- Définir une promesse et un bénéfice
- Construire un storytelling et des éléments de langage
- Créer un concept de communication

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Divers exercices originaux pour amener le candidat à construire la personnalité de sa marque

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **créer une marque qui se distingue** de la concurrence et qui vous ressemble !
- ✓ à **créer du lien** avec votre cible
- ✓ à **faire passer le bon message** (avec du texte ou du visuel)

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut néanmoins **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?



Un document qui rassemble **les éléments d'identité de votre marque**



Comment organiser la communication pour faire connaître mon entreprise, ma marque ?

Quelle formation répond à cette question ?

Stratégie de communication

Contenu / Programme :

- Comprendre les enjeux de la communication.
- Différencier les différents types de communication (commerciale, institutionnelle, sociale, etc.).
- Savoir élaborer et piloter une stratégie de communication : veille, positionnement, objectifs, cibles.
- Définir une stratégie créative.
- Connaître et choisir les moyens.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Exercice pratique / Mise en situation

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **identifier** qui sont **les personnes à toucher**
- ✓ à **se démarquer des concurrents**
- ✓ à **faire connaître votre entreprise, votre marque**

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut néanmoins **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Une **stratégie** pour **organiser votre communication**
- ✓ Une **liste de supports** à mettre en place pour toucher votre cible



Comment créer le logo et les éléments visuels pour ma marque ?

Quelle formation répond à cette question ?

Identité visuelle

Contenu / Programme :

- Connaître les composantes de l'identité visuelle et l'univers graphique
- Réaliser une veille
- Analyser les codes et tendances
- Définir un moodboard/cahier d'inspiration
- Comprendre la signification des formes, couleurs etc...
- Définir son logo et les éléments graphiques de la marque (Formes/Iconographie)
- Définir la charte d'utilisation graphique

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Divers exercices originaux pour amener le candidat à faire naître visuellement sa marque

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **donner une image** à votre entreprise
- ✓ à **se démarquer des concurrents**
- ✓ à **garder une cohérence dans tous les visuels** de votre marque

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique. Il faut **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **logo** (quasi définitif pour les plus créatifs)
- ✓ Une **charte graphique**



Comment créer des supports imprimés et digitaux pour ma marque ?



Quelle formation répond à cette question ?

Maitrise du logiciel Canva & Affinity

Contenu / Programme :

- Connaître les fonctionnalités du logiciel
- Retrouver tous les éléments de la charte sur Canva
- Créer des modèles pour votre communication
- Connaître les formats de diffusion
- Maîtriser les notions d'export pour le web et l'impression

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Divers exercices originaux pour maîtriser le logiciel

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **être autonome** sur la conception de vos visuels
- ✓ à **être réactif !**
- ✓ à **garder une cohérence dans tous les visuels** de votre marque

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique. Il faut **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **tuto** sur les logiciels Canva & Affinity
- ✓ Des **modèles** avec votre identité visuelle



A noter que cette formation est disponible pour le logiciel



Adobe Express

Et aussi **pour les "non débutant"** sur les logiciels de la suite Adobe





Comment **entretenir** une relation presse avec les journalistes et les médias ?

Quelle formation répond à cette question ?

Les relations presse

Contenu / Programme :

- Connaître les relations presse.
- Définir une base de données journalistes.
- Connaître les attentes des journalistes.
- Rédiger un communiqué de presse.
- Construire un dossier de presse.
- Organiser une conférence de presse.
- Gérer les retours.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **faire connaître** votre entreprise / projet
- ✓ à **avoir un article dans la presse**
- ✓ à **crédibiliser** votre entreprise / projet

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut **avoir une entreprise à faire connaître ou un évènement à promouvoir**.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **communiqué de presse**
- ✓ Une **structure de dossier de presse**
- ✓ Une **base de données de journalistes** à cibler



Comment organiser un évènement impactant ?

Quelle formation répond à cette question ?

Communication événementielle

Contenu / Programme :

- Trouver le bon évènement pour la bonne cible répondant aux bons objectifs.
- Savoir créer un évènement : veille, message, concept.
- Trouver un temps fort.
- Communiquer avant/pendant/après.
- Gérer le post évènement.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à savoir **organiser un évènement** en fonction de votre cible
- ✓ à **animer un lieu, une boutique...**
- ✓ à **remercier vos clients** ou **vos collaborateurs**

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut **envie d'organiser une fête pour promouvoir son entreprise !**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?



Un **concept d'évènement** à organiser



Une **méthodologie** pour organiser un évènement



Comment prendre en compte les enjeux environnementaux dans ma communication ?

Quelle formation répond à cette question ?

Agir en transition écologique

Contenu / Programme :

- Ressources et limites planétaires
- Empreinte écologique
- Objectifs de Développement Durable de l'ONU (Agenda 2030)
- Comment décider en tenant compte des enjeux environnementaux ?
- Apprendre à mesurer son impact sur l'environnement
- Communiquer sur ses engagements écologiques et sociétaux

Méthodes utilisées :

- Ateliers / Jeux
- Mise en situation / Fresques

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **mesurer son impact** sur l'environnement
- ✓ à **faire connaître vos engagements** écologiques et sociétaux
- ✓ à **communiquer** de manière responsable

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut **avoir une entreprise ou des projets à analyser**.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Une **synthèse** de la journée de formation
- ✓ Des **pistes de réflexions** sur la communication et la transition écologique



Comment améliorer ma prise de parole et être éloquent en public ou en interne ?

Quelle formation répond à cette question ?

Prise de parole

Contenu / Programme :

- Préparer ses interventions.
- Se concentrer, se décontracter, se préparer mentalement.
- Capter l'attention.
- User des différentes formes de rhétorique.
- User d'approches psychologiques différentes.
- Savoir clarifier son propos.

Méthodes utilisées :

- Exercices pratiques
- Mises en situation
- Pédagogie inversée
- Exercices individuels / de groupe
- Analyse et débrief vidéo.

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **améliorer, développer** votre aptitude à la prise de parole publique
- ✓ à **accroître votre capacité de conviction**
- ✓ à **fédérer** autour d'une idée

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut **avoir une entreprise à faire connaître ou un évènement à promouvoir**.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **pitch pertinent** de projet
- ✓ D'**autres discours** selon les besoins

Thématique 3

Améliorer ou développer la présence de ma marque sur le web et les réseaux sociaux



Comment **gérer les réseaux sociaux** de mon entreprise et **faire appel à des influenceurs**



Comment **l'Intelligence Artificielle** peut m'aider dans mon activité



Comment développer ma visibilité de mes produits ou services grâce à la création d'un site web ?



Quelle formation répond à cette question ?

Développer un site web vitrine ou e-commerce

Contenu / Programme :

- Définition de votre cahier des charges et du CMS approprié : Wordpress, Preshop, Shopify.
- Les étapes pour posséder un hébergement et un nom de domaine.
- Découverte du BackOffice et de ses fonctionnalités.
- Structurer correctement une page web.
- Gestion du header et du footer d'un site.
- Création d'un modèle de page.
- Maîtriser le contenu dynamique d'un site.
- Installation des plugins essentiels.
- Mise en ligne.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active et concrète : création directement de votre site web, vous terminez la formation avec votre site web clé en main.

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **faire connaître** votre entreprise / projet
- ✓ à **avoir un site web que vous pouvez vous même gérer**
- ✓ à **crédibiliser** votre entreprise / projet

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique. Il faut avoir une entreprise en activité ou en cours de création.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ **Un site web vitrine ou e-commerce en ligne et terminé**
- ✓ **Des compétences pour gérer votre site web seul**
- ✓ **Un outil de ventes de produits ou de génération de leads**



Comment lancer son entreprise et générer des leads/ventes sur le digital ?

Quelle formation répond à cette question ?

Développer sa stratégie digitale

Contenu / Programme :

- Introduction sur l'univers du web marketing.
- Réalisation d'une stratégie digitale.
- Savoir réaliser un audit et un benchmark digital.
- Connaissance des différents leviers d'acquisitions sur le web.
- Définir les objectifs pour chaque levier.
- Identifier les personas cibles et poser les bonnes questions les concernant.
- Mise en place de la stratégie digitale.
- Bonnes pratiques, tendances webmarketing, retours d'expériences, études de cas.
- Définition des KPI'S, analyse et reporting.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **connaître les outils** et leurs objectifs
- ✓ à **développer la visibilité** de votre entreprise sur le web
- ✓ à **trouver** des clients, **générer** des leads, **réaliser** des ventes.

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la **formation avec un ordinateur** est plus pratique. Il faut avoir une entreprise en activité ou en cours de création.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être intégré à **un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?



Une **analyse de vos outils** et ceux des concurrents



Une **recommandation sur les actions à mettre en place**



Comment développer la visibilité des réseaux sociaux de ma marque grâce au social ADS ?



Quelle formation répond à cette question ?

Développer la visibilité des réseaux sociaux de ma marque grâce au social ADS

Contenu / Programme :

- Présentation de l'interface Meta Business Suite et des outils associés (Ads Manager, Creator Studio, Business Settings)
- Comprendre le fonctionnement de la publicité sur Facebook et Instagram
- Paramétrer le pixel Meta et les événements de conversion
- Créer une campagne : choix des objectifs, audiences, placements, budget, Dynamic Ads
- Atelier pratique : création d'une campagne de notoriété ou de trafic
- Lire et interpréter les résultats dans Ads Manager

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active et participative
- Démonstrations en direct sur Meta Business Suite
- Travaux pratiques individuels et en groupe
- Études de cas réels de marques inspirantes

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **connaître META** et comment faire de la publicité sur les réseaux sociaux
- ✓ à **développer la visibilité** de votre entreprise sur les réseaux sociaux

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre **la formation avec un ordinateur** est plus pratique. Il faut avoir une entreprise en activité ou en cours de création.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être intégré à **un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Une **connaissance et une compréhension** complète de META
- ✓ Des **campagnes social ADS configurées et prêtes** à être publiées



Comment générer plus de trafic et/ou des ventes/leads sur mon site web grâce au référencement payant ?

Google AdWords

Quelle formation répond à cette question ?

Mettre en place des campagnes Adwords (SEA) pour sa marque.

Contenus :

- Connaître les bonnes pratiques du SEA
- Fondamentaux du SEA
- Architecture d'une campagne SEA
- Connaître les bonnes pratiques du SEA
- Savoir réaliser une campagne Adwords niveau débutant

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets
- Découverte de la plateforme Adwords

Livrables attendus par les apprenants :

- Hierarchiser un compte Google Adwords et lancer une campagne Adwords.

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **connaître Google Adwords** et les bonnes pratiques
- ✓ à **développer la visibilité** de votre entreprise sur le web
- ✓ à **trouver** des clients, **générer** des leads, **réaliser** des ventes.

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la **formation avec un ordinateur** est plus pratique. Il faut avoir une entreprise en activité ou en cours de création.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou **chez vous** (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être intégré à **un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Une **Compte Adwords configuré correctement**
- ✓ Une **stratégie Adwords complète + des campagnes créées + des annonces rédigées**
- ✓ Un **budget ADS** maîtrisé



Comment référencer et faire vivre mon site internet ?



Quelle formation répond à cette question ?

Développer une stratégie SEO pour développer la visibilité de son site web

Contenu / Programme :

- Connaître les bases du SEO et le fonctionnement des moteurs de recherche.
- Connaître quelques outils SEO à utiliser au quotidien.
- Savoir réaliser une stratégie de mots clés pertinente.
- Savoir réaliser un audit SEO au niveau ON SITE et OFF site.
- Connaître les bonnes pratiques pour optimiser la sémantique du site web.
- Connaître les bonnes pratiques pour optimiser techniquement un site.
- Connaître les bonnes pratiques pour développer le nombre de domaines référents d'un site.
- Connaître les indicateurs de performances à suivre.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **améliorer la visibilité** de votre site
- ✓ à **faire venir plus de monde** sur votre site
- ✓ à **ressortir plus vite** dans les résultats Google

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est indispensable. Il faut **avoir un site ou un projet de site en cours**.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



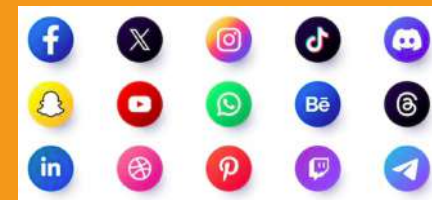
C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **site mieux référencé et optimisé**
- ✓ Une **méthodologie des bonnes pratiques** à mettre en place



Comment gérer les réseaux sociaux de mon entreprise ?



Quelle formation répond à cette question ?

Stratégie Réseaux Sociaux

Contenu / Programme :

- Introduction du social média.
- Tendances SMO 2025
- Apprendre à réaliser une stratégie social média efficace.
- Choisir le bon réseau social selon sa marque et sa cible.
- Définir des objectifs sur les réseaux sociaux (Tik Tok, Instagram, LinkedIn)
- Connaître les différents algorithmes et leurs méthodes
- Stratégie de contenus : évangélisation, expertise, UGC, newsjacking, etc.
- Information sur les outils & plateformes de gestion de publication.

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **mieux gérer vos réseaux sociaux**
- ✓ à **bien choisir les réseaux sociaux** en fonction de votre cible
- ✓ à **identifier les tendances** à suivre


J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut **avoir une entreprise à faire connaître ou un évènement à promouvoir**.

Comment se déroule la formation ?

 **Chez nous ou chez vous** (selon votre capacité d'accueil)

 Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**

 C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **planning des publications** à faire
- ✓ Une **stratégie de contenus** pour sa marque
- ✓ Une méthodologie pour **gérer ses réseaux sociaux**



Comment faire connaître mon entreprise grâce à créateurs de contenus & influenceurs ?

Quelle formation répond à cette question ?

Stratégie Marketing d'influence

Contenu / Programme :

- S'initier au marketing d'influence et à ses enjeux
- Les différentes typologies d'influenceurs
- Choisir le bon créateur de contenu/influenceur
- Concevoir et décliner une stratégie d'influence
- Mettre en place des relations influenceurs
- Transformer ses clients en ambassadeurs
- Analyser les retombées et le ROI des actions mises en place

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **connaître les enjeux de l'influence**
- ✓ à **bien choisir les créateurs de contenus** en fonction de votre cible et votre entreprise
- ✓ à **toucher une cible** plus large

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Pas grand chose ! Suivre la formation avec un ordinateur est plus pratique (mais pas indispensable). Il faut **avoir une entreprise à faire connaître ou un évènement à promouvoir**.

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Une **liste d'influenceurs** à contacter
- ✓ Une **méthodologie pour les contacter**
- ✓ Une **stratégie d'influence** pour sa marque

Thématique 4

Utiliser l'Intelligence Artificielle



Comment **l'Intelligence Artificielle** peut m'aider dans mon activité

Une définition vous échappe ? Retrouvez un glossaire à la fin de ce document ;)



Comment l'Intelligence Artificielle peut m'aider dans mon activité ?



Quelle formation répond à cette question ?

Connaitre les outils IA : comment gagner du temps grâce à l'IA ?

Objectif :

Comprendre l'écosystème des outils IA et apprendre à automatiser et accélérer les tâches du quotidien professionnel.

Contenu / Programme :

- Fondamentaux de l'IA
- Panorama des différentes plateformes et différents usages : rédactionnel, veille, visuels, automatisation, etc..
- Apprendre à rédiger un prompt efficace
- Apprendre à optimiser son temps et ses tâches grâce à l'IA

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **identifier les différentes plateformes** et leurs utilités
- ✓ à **automatiser des tâches**
- ✓ à **générer du contenu** lié à votre activité

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est indispensable.
Il faut **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement**
ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?



Un **ensemble de supports** (textuels, visuels ou vidéos)
utiles pour votre marque



Une méthodologie pour **générer des éléments**



Comment l'Intelligence Artificielle peut m'aider dans mon activité ?



Quelle formation répond à cette question ?

Outils IA & créations graphiques : créer des visuels et vidéos à impact

Objectif : Savoir utiliser l'IA pour produire rapidement des visuels et vidéos professionnels, même sans compétences graphiques avancées.

Contenu / Programme :

- Comment l'IA comprend une image
- Prompt visuel : mots-clés, styles, références
- Droits d'auteur & bonnes pratiques
- Génération d'images : Midjourney, DALL·E, Leonardo AI
- Design assisté : Canva IA, Adobe Firefly
- Retouche & amélioration
- Création d'un visuel de communication (post, affiche ou cover)
- Création d'une courte vidéo ou animation

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets




A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **identifier les différentes plateformes** et leurs utilités
- ✓ à **créer des visuels pour votre marque** plus facilement
- ✓ à **générer du contenu** lié à votre activité

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est indispensable.
Il faut **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?

-  **Chez nous ou chez vous** (selon votre capacité d'accueil)
-  Vous pouvez être **formé individuellement** ou être **intégré à un groupe**
-  C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **ensemble de supports** (textuels, visuels ou vidéos) utiles pour votre marque
- ✓ Une méthodologie pour **générer des éléments**



Comment l'Intelligence Artificielle peut m'aider dans mon activité ?



Quelle formation répond à cette question ?

Outils IA & rédactionnel : toutes les possibilités de l'IA pour écrire

Objectif : Maîtriser l'IA pour produire des contenus rédactionnels performants, cohérents et adaptés à chaque canal.

Contenu / Programme :

- Forces et limites de l'IA en rédaction
- Ton, style, cohérence de marque
- Éviter les contenus "plats" ou génériques
- Création de votre brandvoice
- Rédaction de contenus : Posts réseaux sociaux / Articles de blog / Pages web & landing pages
- Titres accrocheurs & storytelling
- Appels à l'action efficaces
- Adaptation du message selon la cible

Méthodes utilisées :

- Pédagogie active / inversée
- Cas concrets

A quoi ça va me servir ?

- ✓ à **identifier les différentes plateformes** et leurs utilités
- ✓ à **créer des textes pour votre marque** cohérents et personnalisés
- ✓ à **générer du contenu** lié à votre activité

J'ai besoin de quoi pour réaliser cette formation ?

Suivre la formation avec un ordinateur est indispensable.
Il faut **avoir une entreprise en activité ou en cours de création.**

Comment se déroule la formation ?



Chez nous ou chez vous (selon votre capacité d'accueil)



Vous pouvez être **formé individuellement**
ou être **intégré à un groupe**



C'est flexible ! La durée et le planning de formation sont à définir ensemble (ex. à la 1/2 journée, à la journée...)

A la fin, je repars avec quoi ?

- ✓ Un **ensemble de supports** (textuels, visuels ou vidéos) utiles pour votre marque
- ✓ Une méthodologie pour **générer des éléments**

Vous avez besoin d'une formation sur mesure ?

Nous pouvons construire
un module de formation adapté
à votre besoin, votre budget et votre planning.

Suivant votre projet, le module de formation
peut aborder des domaines différents.

Nous restons à votre écoute !

Ils nous ont fait confiance

Les étudiants

+ de **150 étudiants** à la Box Académie qui sont aujourd'hui porteurs de projets ou en poste dans la région.



Les porteurs de projets , entreprises et institutions qui les accompagnent



Montpellier - Toulouse - Marseille - Bordeaux



+ de **500 entreprises / startups** accompagnées partout en France

Les centres de formation de l'Hérault



Glossaire

A – C

Audit digital : Bilan complet de ce qu'une entreprise fait sur internet (site web, réseaux sociaux, pub en ligne) pour voir ce qui marche et ce qui peut être amélioré.

Brand Content (contenu de marque) : Articles, vidéos ou images créés par une marque pour parler d'elle autrement que par de la pub directe, souvent pour intéresser et fidéliser les gens.

Brief : Document qui explique simplement ce qu'on veut faire dans une campagne (objectif, public visé, message).

Communication digitale : Tout ce qu'une entreprise dit ou montre sur internet (réseaux sociaux, sites web, newsletters, etc.).

Communication institutionnelle : Façon pour une organisation (mairie, association, entreprise...) de présenter son image, ses valeurs et son rôle.

Communication de crise : Messages et actions préparés pour gérer une situation difficile (par exemple un bad buzz sur internet ou un scandale médiatique).

Communication événementielle : Organisation d'événements (salons, soirées, festivals...) pour faire connaître une marque ou renforcer son image.

Community Management : Animation des réseaux sociaux d'une marque (répondre aux commentaires, publier du contenu, créer des échanges).

D – I

Design Thinking : Méthode de travail en groupe pour trouver des idées créatives et utiles, en se mettant à la place de l'utilisateur.

Inbound Marketing : Attirer naturellement les clients en leur donnant du contenu intéressant (exemple : un blog ou des vidéos tutos) plutôt que d'aller les chercher avec de la pub.

Identité de marque : Tout ce qui définit une marque : ses valeurs, son style, son ton, sa personnalité.

Identité visuelle : Les éléments graphiques qui représentent une marque : logo, couleurs, typographie, images.

Influence Marketing : Quand une entreprise fait appel à des influenceurs (sur Instagram, TikTok, YouTube...) pour parler de ses produits.

K – M

KPI (indicateurs de performance) : Chiffres qui permettent de savoir si une action fonctionne (exemple : combien de personnes ont cliqué sur une pub).

Marketing Mix (les 4P) : Outil qui aide à construire une offre : Produit (ce qu'on vend), Prix (combien ça coûte), Place (où on le vend), Promotion (comment on en parle).

Marketing opérationnel : Actions concrètes mises en place pour appliquer la stratégie marketing (par exemple : lancer une campagne Facebook Ads).

Matrice SWOT/BCG/Ansoff : Outils qui servent à mieux comprendre la situation d'une entreprise et à décider quoi améliorer ou développer.

P – S

Persona : Personnage imaginaire qui représente un client type (exemple : « Sophie, 32 ans, aime voyager, cherche un logement éco-responsable »).

Pitch : Présentation rapide et convaincante d'une idée ou d'un projet (comme à la télé dans "Qui veut être mon associé ?").

Relations presse : Façon de travailler avec les journalistes (communiqués de presse, conférences, interviews) pour parler d'une entreprise dans les médias.

SEO (référencement naturel) : Techniques pour que son site internet apparaisse plus haut dans Google sans payer de pub.

SEA (référencement payant) : Publicité payante sur Google pour apparaître en premier dans les résultats.

SMO (optimisation sur les réseaux sociaux) : Tout ce qu'on fait pour améliorer la visibilité d'une marque sur Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok

Storytelling : L'art de raconter une histoire autour d'une marque ou d'un produit pour toucher les gens et les faire s'y attacher.

Stratégie digitale : Plan qui explique comment utiliser internet pour faire connaître une marque et développer son activité.

Stratégie de communication : Organisation des messages et des actions pour bien toucher les personnes visées (clients, partenaires, grand public).

T – Z

Targeting (Ciblage) : Choisir précisément à qui on veut s'adresser (exemple : jeunes de 18-25 ans, sportifs, habitants d'une région).

UX (expérience utilisateur) : Ce que ressent une personne quand elle utilise un site ou une application (facilité, rapidité, plaisir).

Veille : Surveiller les nouveautés, les concurrents et les tendances pour rester à jour.

Webmarketing : Tout le marketing qui se fait en ligne : pub, réseaux sociaux, sites web, emailing, etc.



*Espace Don Quichotte (CCI)
547 Quai des Moulins
34200 Sète*

www.laboxacademie.fr

Pour la partie Formation continue

Leila Mathieu

Responsable Pôle Formation Continue

leila.mathieu@laboxacademie.fr

06 27 34 69 50

