



Développer
les talents
singuliers

**NOTRE OFFRE
DE FORMATIONS**
certifiée Qualiopi



Préambule	Notre méthode, notre approche, nos formats
01	Formations Nouvelles technologies
02	Formations Nouveaux narratifs
03	Formations Nouveaux leaderships
04	Formations Nouvelles influences





“Nous avons la conviction que réussir une formation, c’est apporter aux participants le recul, les connaissances et les outils nécessaires pour gagner en autonomie, en pertinence et en performance. Notre objectif, à chaque session: développer les talents singuliers”

Elsa Perez,
Directrice
du Planning
Stratégique
d’Angie,
responsable
Angie Academy

« Si la communication n’est pas une science, elle est une expertise qui se fonde autant sur la recherche académique que sur la compréhension du monde instable et mouvant qui nous entoure. Fortes de cette conviction, les équipes d’Angie ont développé des méthodologies spécifiques pour aborder la communication : appuyées sur la création de corpus solides, nourries par la veille des dernières tendances et performances, agrémentées d’expériences tirées de situations réelles vécues auprès de nos clients.

Les formations Angie Academy reflètent cette vision de la communication : des sessions construites autour de bases théoriques, illustrées par des cas d’étude et d’usage concrets, suivies par des mises en situation, et animées par des formateurs expérimentés. Destinées aux dirigeants, aux communicants, aux porte-parole et ambassadeurs de l’entreprise ou aux équipes des ressources humaines, que ce soit au niveau Comex, manager ou équipes opérationnelles, elles proposent des outils efficaces et inspirants pour mieux se faire entendre dans un univers plus conflictuel, plus fragmenté, plus instable. »



NOTRE APPROCHE

Valeur ajoutée,
formats, thématiques,
outils, profils
de formateurs



Notre valeur ajoutée

Les métiers de la communication sont en pleine mutation : nouvelles technologies, nouveaux usages, nouvel environnement médiatique et conversationnel. Nous aidons les experts des entreprises à comprendre et évoluer dans ce nouveau monde afin de mieux révéler la singularité désirable de leur entreprise auprès de leurs publics utiles.

01 - DES MÉTHODOLOGIES CERTIFIÉES

Angie est déclarée organisme de formation certifié Qualiopi, gage du sérieux de nos méthodologies et de l'expertise de nos intervenants-formateurs.

02 - DES FORMATIONS ÉVOLUTIVES

Nous actualisons régulièrement nos formations pour prendre en compte l'évolution rapide de notre environnement et intégrer de nouveaux cas d'usage.

03 - DES INTERVENANTS EXPÉRIMENTÉS

Nos formateurs internes et intervenants externes sont reconnus à la fois pour leur expertise métiers et leur compréhension fine des enjeux et problématiques des entreprises dans le monde d'aujourd'hui.

04 - DES MODULES SINGULIERS

Nous adaptons nos méthodologies au niveau d'expertise des profils formés et aux problématiques spécifiques des entreprises concernées afin de proposer des formations intra-entreprises agissantes.



Nos formats de formation



Angie
Academy
Masterclass

Des sessions théoriques illustrées de cas d'usage, pour sensibiliser vos communicants, ambassadeurs, dirigeants et collaborateurs à une thématique émergente.



Angie
Academy
Training

Une formation pratique pour exercer les talents de l'entreprise à la maîtrise de nouveaux savoir-faire, en appuyant sur leur singularité individuelle.



Angie
Academy
Ateliers

Des séances de travail collectif afin de co-créer des méthodologies adaptées aux nouvelles communications.



Angie
Academy
Séminaires

Des sessions d'inspiration afin d'aider les équipes de communicants à prendre de la hauteur.



Nos thématiques

	NOUVELLES TECHNOLOGIES
	Intégrer l'impact croissant de l'IA et de la data dans la communication.
	NOUVEAUX NARRATIFS
	Adapter ses narratifs face à une opinion de plus en plus fragmentée.
	NOUVEAUX LEADERSHIPS
	Repenser le rôle des leaders à l'aune des transformations de l'entreprise et de la communication.
	NOUVEAUX ENGAGEMENTS
	Engager ses collaborateurs dans la transformation dans un contexte de transformation du rapport au travail.
	NOUVELLES INFLUENCES
	Trouver sa voix en s'appuyant sur les nouveaux réseaux et visages de l'influence.



Nos outils et infrastructures

Nous dispensons des formations aussi bien en distanciel qu'en présentiel et savons nous adapter aux différentes infrastructures de nos clients. Nous disposons également d'outils propriétaires pour faciliter l'organisation des formations.

Nous prenons en compte les besoins des personnes en situation de handicap, n'hésitez pas à nous indiquer toute situation spécifique.

LIVESTORM

L'Agence dispose de licences du logiciel de webinaire Livestorm. Tous nos intervenants sont formés à l'usage des nombreuses fonctionnalités de l'outil.



STUDIO TV

Nous mettons à disposition notre studio TV professionnel pour filmer des interventions dans le cadre de trainings ou diffuser nos formations en live.

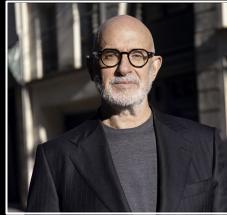


SALLES WORKSHOPS

L'Agence est équipée de plusieurs salles conçues pour accueillir des ateliers en plénière ou sous-groupes dans un cadre accueillant et propice à la créativité.



Nos dirigeants formateurs



ÉRIC CAMEL, PRÉSIDENT D'ANGIE

#Narratifs d'entreprise
#Stratégies de communication
#Innovation



ÉLISE PINSOLLE, VP ENGAGEMENT

#Engagement interne
#Contenus et innovation
#Intelligence artificielle



AMÉLIE AUBRY, VP INFLUENCE

#Influence & dirigeants
#Relations médias
#Crise



FRANÇOIS GUILLOT, VP ADVOCACY

#Leader, expert, employee advocacy
#Stratégies conversationnelles
#Performance



ELSA PEREZ, VP PLANNING & CONSEIL

#Planning stratégique
#Territoires d'expression
#Stratégies objectivées



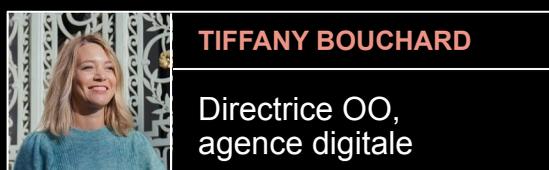
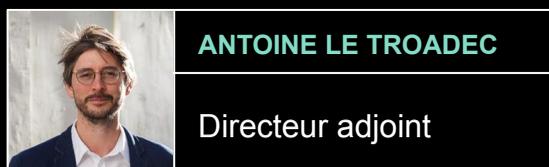
VIRGILE JOUANNEAU, VP SOCIAL MEDIA

#Stratégies social media
#Nouveaux réseaux sociaux
#Community management



Notre pool de formateurs

Planning stratégique



Expertises spécifiques



Notre réseau de “guest”

Au quotidien, nous travaillons avec un réseau de clients et de partenaires (sous-traitants pédagogiques) que nous pouvons mobiliser pour des séminaires ou des formations sur mesure.

01 - JOURNALISTES

Presse nationale, presse spécialisée, nouveaux médias, radio, TV

02 - DIRIGEANTS

Directeurs de la communication, directeurs RH, CMO

03 - INFLUENCEURS

Créateurs de contenus, agences d'influenceurs, sur tous les réseaux

04 - PROSPECTIVISTES

Nous travaillons notamment avec le Copenhagen Institute

05 - WW AGENCIES

Angie fait partie de TAAN, réseau international d'agences indépendantes

06 - STARTUP IA

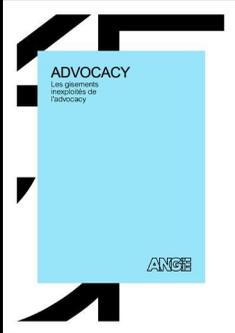
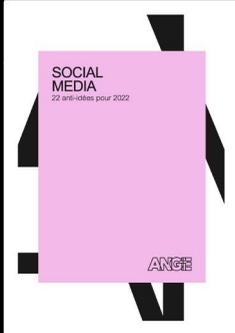
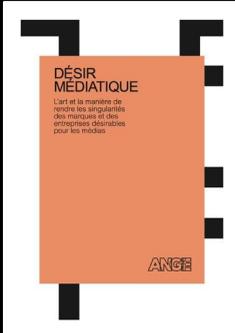
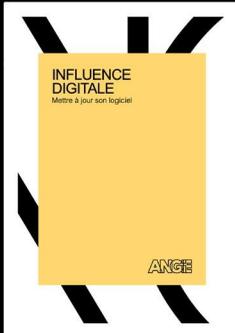
Nous travaillons avec plusieurs pure players de l'IA comme La Javaness

07 - EUROGROUP

Angie et le cabinet de conseil Eurogroup ont noué un partenariat privilégié, co-concevant des programmes de change et d'accompagnement managérial



Nos publications comme avant-goût de nos visions

 <p>ADVOCACY Les journaux intégrés de l'advocacy</p> <p>ANGE</p>	<p>ADVOCACY</p> <p>8 gisements qui n'attendent que d'être exploités</p>	 <p>SOCIAL MEDIA 23 idées pour 2022</p> <p>ANGE</p>	<p>SOCIAL MEDIA</p> <p>Chaque année, des idées neuves pour penser les réseaux sociaux</p>
 <p>DÉSIR MÉDIATIQUE L'art et la manière de rendre les singularités des marques et des entreprises désirables pour les médias</p> <p>ANGE</p>	<p>DÉSIR MÉDIATIQUE</p> <p>L'art de rendre les entreprises désirables pour les médias</p>	 <p>ENGAGER POUR TRANSFORMER Au-delà de l'information</p> <p>ANGE</p>	<p>ENGAGEMENT</p> <p>Faire de la communication interne un levier d'engagement</p>
 <p>EMPLOYEE ADVOCACY Faire travailler de vos collaborateurs des ambassadeurs</p> <p>ANGE</p>	<p>EMPLOYEE ADVOCACY</p> <p>Transformer (vraiment) vos collaborateurs en ambassadeurs</p>	 <p>INFLUENCE DIGITALE Mettez à jour son logiciel</p> <p>ANGE</p>	<p>INFLUENCE</p> <p>Découvrir les nouvelles voies de l'influence digitale</p>



À LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

A laptop computer is shown from a high angle, resting on a dark surface. The screen displays a vibrant sunset over a landscape, with the sky transitioning from orange to blue. The laptop's keyboard and trackpad are visible in the foreground. The overall lighting is dim, with the primary light source being the screen's display.

S'initier aux nouveaux usages de l'IA en communication

MASTERCLASS



Élise Pinsolle,
VP Engagement



Aloïs Kirner,
Planneur stratégique

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : Services communication

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 3 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Comment intégrer l'IA dans ses process de communication pour gagner en productivité, en intelligence et en performance ? En croisant la chaîne de valeur de la communication et celle de l'IA, la masterclass dresse un panorama complet des champs d'application possibles de l'IA. Puis, à travers quelques case studies, il établit un état des lieux de ses usages actuels en communication.

Objectif. Comprendre les usages de l'IA et s'inspirer des bonnes pratiques pour explorer et maîtriser tout le potentiel de l'IA.



Anticiper l'impact des moteurs de réponse IA sur les sites

MASTERCLASS



Elsa Perez,
VP Planning



Tiffany Bouchard,
Directrice OO

Durée : 1h30

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : Services communication et marketing

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 2 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Demain, les moteurs de réponse prendront le pas sur les moteurs de search, transformant profondément les usages des audiences. Quels impacts cette nouvelle donne aura-t-elle sur les stratégies SEO et le trafic des sites corporate ? À partir des premières données existantes, la masterclass propose plusieurs scénarios.

Objectif. Partager des référentiels clairs pour maîtriser la rationalisation des stratégies digitales.



Savoir utiliser l'IA dans son community management

TRAINING



François Guillot,
VP Advocacy



Virgile Jouanneau,
VP Social media

Durée : 3 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : employé et leader advocates, community managers

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 4 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

À condition de bien l'utiliser, l'IA peut être un allié de poids pour gagner en efficacité à chaque étape de la vie d'un post : brainstormer sur l'idée ; structurer son message ; rédiger en choisissant la bonne tonalité ; intégrer des tactiques pour accroître la performance du post ; relire, corriger et traduire son post, etc. À travers une présentation des outils IA et des exercices pratiques, ce training permet d'appréhender l'ensemble de ces possibles.

Objectif. Donner aux participants les clés pour accroître leur efficacité et leur productivité grâce à l'IA.



Créer sa roadmap IA grâce à la fresque de l'IA

ATELIER



Élise Pinsolle,
VP Engagement



Aloïs Kirner,
Planneur stratégique

Durée : 4 heures

Formation : Présentiel ou distanciel

Public cible : dirigeants, managers, communicants

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 6 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Si l'IA concerne toutes les entreprises, beaucoup ne savent pas comment l'intégrer dans leurs stratégies. La fresque de l'IA est un levier puissant de mise en mouvement : elle permet d'identifier collectivement des actions à mener en responsabilisant chacun sur leur mise en œuvre. Grâce à des exercices d'intelligence collective, cet atelier ouvre aussi des espaces de discussion pour partager ses réticences et désamorcer les a priori.

Objectif. Évaluer le niveau de maturité de l'entreprise sur son marché et définir un calendrier concret d'actions pour monter en puissance dans sa compréhension et son usage de l'IA.



Organiser une semaine de l'IA dans son entreprise

SÉMINAIRE



**Élise Pinsolle,
VP Engagement**



**Elsa Perez,
VP Planning**

Durée : 15 heures (3 h par jour)

Formation :
Présentiel ou distanciel

Public cible :
tous les collaborateurs
et dirigeants

Participants : jusqu'à
100 personnes par session

Tarif : 40 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public
cible peut se rapprocher du
formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse
des enseignements et validation des
acquis réalisés en fin de formation

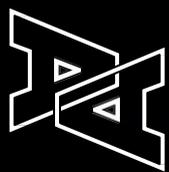
Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation
Sur mesure

La connaissance de l'IA et les expérimentations restent trop souvent silotées par direction. Afin de partager les cas d'usage et de s'inspirer des réflexions externes, cette semaine de l'IA alterne interventions de directions internes, tables rondes avec des invités externes (pairs, startups, prospectivistes), et ateliers pour construire une culture commune de l'IA.

Objectif. Permettre aux collaborateurs de découvrir les avancées de l'entreprise sur l'IA pour les engager dans le projet de l'entreprise et leur permettre de maîtriser les ambitions collectives et les attendus individuels.





LES NOUVEAUX NARRATIQUES



Découvrir les bonnes pratiques des entreprises sur TikTok

MASTERCLASS



Virgile Jouanneau,
VP Social media



Antoine Le Troadec,
Directeur Planning

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : Services communication

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 3 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Avec environ 1,5 milliard d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde, dont 50% de plus de 30 ans, TikTok est devenu une plateforme stratégique pour faire connaître et aimer son entreprise ou séduire des talents. Plus de la moitié des entreprises du CAC 40 y sont actives. Cette masterclass vous fait découvrir leurs objectifs, postures, propositions de valeur éditoriales, et résultats.

Objectifs. Apporter aux communicants les clés d'analyse leur permettant de réfléchir à leur propre posture sur TikTok pour mieux arbitrer dans leur choix et développer leur performance.



Passer sa communication corporate au filtre Instagram

MASTERCLASS



Antoine Le Troadec,
Directeur Planning



Matthieu Nétillard,
Senior manager

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services communication

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 2 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Espace d'influence et d'image qui se mue de plus en plus en réseau affinitaire, Instagram est le média idéal pour asseoir les territoires d'expression de l'entreprise auprès d'un public élargi. À travers la découverte des fonctionnalités du réseau et de cas d'étude, cette masterclass apporte un regard neuf sur les opportunités d'Instagram pour les entreprises.

Objectifs. Apporter aux communicants les inspirations, méthodologies et analyses pour savoir lancer ou développer le compte Instagram de l'entreprise.



Comprendre les complémentarités entre narratif, récit et storytelling

MASTERCLASS



Éric Camel,
Président



Elsa Perez,
VP Planning

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services communication et marketing

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

On parle de plus en plus de narratifs, de récits et de storytelling, mais que signifient vraiment ces termes et comment doivent-ils s'articuler pour permettre à l'entreprise de s'exprimer ? À travers un corpus théorique illustré de cas, la masterclass propose une lecture de ces termes pour aider les communicants à mieux construire l'expression de l'entreprise et de ses marques.

Objectif. Permettre aux communicants de mieux piloter l'articulation des prises de parole.



Construire sa boîte à outils de topic leader

ATELIER



Élise Pinsolle,
VP Engagement



Camille Laval,
Head of content

Durée : 3 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : Communicants, advocates

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 5 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

De plus en plus de services de communication s'organisent autour de *topic rooms* ou nomment des *topic leaders* : un changement de paradigme pour les communicants, qui doivent associer à leur expertise métier une casquette de spécialiste thématique. Conçue pour ceux qui débutent dans le poste ou veulent se perfectionner, cette formation propose des outils et techniques pour appréhender ce défi en toute sérénité et en toute performance.

Objectif. Lever durablement les freins au *topic leadership* pour maîtriser pleinement son poste de *topic leader*.



Objectiver ses territoires d'expression par la data

ATELIER



Elsa Perez,
VP Planning



Aloïs Kirner,
Planneur stratégique

Durée : 3 heures

Formation : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication et marketing

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 5 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Comment émerger dans un écosystème où toutes les entreprises disent la même chose ? Pour répondre à cette question que se posent toutes les directions de la communication, nous vous proposons un atelier en trois étapes : les techniques et outils permettant de recueillir des datas pour analyser un territoire d'expression ; l'analyse des insights pour créer un narratif singulier ; les outils et stratégies *data based* pour le déployer.

Objectif. Donner aux communicants des techniques et outils pour savoir développer de nouveaux territoires d'expression en toute autonomie.



Comprendre l'évolution des narratifs d'entreprise

SÉMINAIRE



Éric Camel,
Président



Elsa Perez,
VP Planning

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication, dirigeants

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 8 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Face à des audiences de plus en plus fragmentées, sollicitées par un nombre croissant de narratifs, comment les entreprises peuvent-elles se faire entendre et converser avec leurs audiences ? À travers des cas d'étude concrets, ce séminaire se propose d'analyser le rôle des narratifs d'entreprise, leur forme et leur utilité dans la prise de parole publique. Il s'accompagne également d'un workshop pour aider les participants à positionner leur propre narratif sur un mapping de conversations sectorielles.

Objectif. Prendre de la hauteur pour maîtriser la juste place et la juste utilité au narratif.



Analyser les trending topics d'aujourd'hui et de demain

SÉMINAIRE



Amélie Aubry,
VP Influence



Elsa Perez,
VP Planning

Durée : 4 heures

Format :Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication, dirigeants

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 7 000 €

Pré-requis :Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Environnement, inclusion, innovation... les nouveaux totems d'expression des entreprises sont bien connus. Mais en détail, comment ces dernières abordent-elles ces questions ? Quels sont les angles les plus investis par les émetteurs et ceux qui performant le plus auprès des audiences ? Quels sont les signaux faibles qui se dessinent pour demain ? Une analyse de l'existant suivie d'un workshop pour ouvrir la discussion sur les territoires à préempter demain.

Objectif. Aider les entreprises à trouver leur voix pour maîtriser l'anticipation des grands sujets qui montent.





LES NOUVEAUX LEADERSHIPS



Sensibiliser aux vertus du leadership inclusif

MASTERCLASS



Elsa Perez,
VP Planning



Aloïs Kirner,
Planneur stratégique

Durée : 1h30

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : managers et services RH

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 3 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Les managers jouent un rôle essentiel pour que l'inclusion devienne une réalité au sein de l'entreprise. En s'appuyant sur les théories de l'inclusion et des retours d'expérience sur le management inclusif, cette masterclass s'emploie à lister les grands principes du leadership inclusif et les comportements concrets qui en découlent.

Objectif. Apporter un cadre de réflexion complet sur le leadership inclusif pour savoir sensibiliser et engager autour du projet de l'entreprise.



Convaincre et embarquer les dirigeants sur LinkedIn

MASTERCLASS



François Guillot,
VP Advocacy



Virgile Foucault,
Planneur stratégique

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : dirigeants, services de communication

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Il y a deux sortes de dirigeants sur LinkedIn : ceux qui ont pris le virage... et ceux qui cherchent encore leur voix. Et pourtant, même si l'exposition de soi est une question intime, plus aucun dirigeant ne peut faire l'économie d'une stratégie LinkedIn qui permette a minima de servir les grands enjeux de l'entreprise. Comment convaincre les réfractaires d'au moins donner les clés de leur profil ?

Objectif. Apprendre à sensibiliser les dirigeants sur l'importance de la leader advocacy pour développer leur aptitudes à nourrir la réputation de leur entreprise et leur propre réputation par le biais des réseaux sociaux.



Faire de ses dirigeants des influenceurs sur LinkedIn

MASTERCLASS



François Guillot,
VP Advocacy



Virgile Foucault,
Planneur stratégique

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : dirigeants,
services de communication

Participants : jusqu'à
20 personnes

Tarif : 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public
cible peut se rapprocher du
formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse
des enseignements et validation
des acquis réalisés en fin de
formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation
Sur mesure

Votre dirigeant a fait de LinkedIn un pilier de sa stratégie d'influence... et de celle de votre entreprise. Mais cela suffit-il ? Touche-t-il les bons stakeholders ou communique-t-il surtout en interne ? Saisit-il des occasions de communiquer ou construit-il un récit ? Génère-t-il le bon niveau d'engagement ? Le style est-il interchangeable ou singulier ? LinkedIn est-il envisagé en résonance avec le système d'influence "in real life" ?

Objectif. Proposer des tactiques d'influence pour savoir optimiser la communication des dirigeants sur LinkedIn.



Former les dirigeants à la prise de parole dans les médias

TRAINING



Amélie Aubry,
VP Influence



Charlotte Rabilloud,
Strategist

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : dirigeants et porte-parole

Participants : jusqu'à 5 personnes

Tarif : à partir de 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Comment prendre la parole devant les médias ? Quels sont les évolutions du paysage médiatique et les besoins des journalistes ? Quelles sont les techniques de prise de parole pour délivrer un message impactant ? Du *block and bridge* au *flagging* en passant par le *disque rayé*, une présentation théorique suivie d'exercices de mise en situation qui peuvent être filmés et/ou réalisés en partenariat avec des journalistes.

Objectif. Mettre les dirigeants en situation réelle pour les aider à augmenter rapidement leur potentiel médiatique : comprendre le paysage médiatique, délivrer un message impactant, mettre en pratique la théorie pour augmenter son potentiel de porte-parolat.



Prendre la parole dans les médias en cas de crise

TRAINING



Amélie Aubry,
VP Influence



Charlotte Rabilloud,
Strategist

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : dirigeants

Participants : jusqu'à 3 personnes

Tarif : à partir de 4 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Comment prendre la parole en situation de crise ? Quelles méthodologies de structuration des messages ? Quels prérequis pour créer les conditions d'écoute et d'adhésion ? De la méthode Facet aux différentes techniques pour transmettre un message d'empathie ou rassurer sur des mesures correctives, une présentation théorique doublée de mises en situation concrètes, en studio ou caméra à l'épaule avec des journalistes partenaires.

Objectif. Une formation théorique et pratique, conçue pour aider les dirigeants à s'adapter à des situations sensibles variées et à mieux les adresser.



Développer des stratégies de thought leadership 360°

SÉMINAIRE



Amélie Aubry,
VP Influence



François Guillot,
VP Advocacy

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication, dirigeants

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 7 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Les dirigeants sont souvent les premiers ambassadeurs des territoires sociétaux préemptés par l'entreprise. Leur influence se dessine à la fois dans les médias, sur les réseaux sociaux, dans les événements de place ou les débats publics.

En s'appuyant sur des cas d'étude, ce séminaire analyse les complémentarités entre ces points de contact, les stratégies qui marchent et l'impact des évolutions de la communication. Cette analyse est suivie d'un workshop d'intelligence collective pour faire émerger les idées qui augmenteront l'impact de votre thought leadership.

Objectif. Apporter une analyse stratégique permettant de questionner et d'optimiser les programmes de thought leadership des dirigeants que la personne accompagne.



LES NOUVEAUX ENGAGEMENTS



Comprendre le funnel d'engagement des collaborateurs

MASTERCLASS



Éric Camel,
Président



Camille Laval,
Head of content

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication et services RH

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 4 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Dans un contexte de transformation, pousser de l'information aux collaborateurs ne suffit plus. Il faut savoir leur proposer une communication suffisamment attractive et engageante pour les amener à changer leurs manières d'agir. Cette masterclass étudie les étapes du funnel de l'engagement interne, et les actions, contenus et indicateurs de performance associés.

Objectif. Apporter un cadre pour maîtriser les fondamentaux et leviers innovants d'une communication engageante.



Utiliser la sociodynamique dans vos stratégies d'engagement

MASTERCLASS



Éric Camel,
Président



Élise Pinsolle,
VP Engagement

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication et services RH

Participants : jusqu'à 20 personnes

Tarif : 4 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

L'appréhension du changement varie d'un collaborateur à l'autre, entre enthousiastes, opposants, hésitants, etc. La sociodynamique permet d'identifier ces différents profils et leur poids dans l'organisation afin de concevoir des stratégies d'engagement efficaces. Cette masterclass revient sur la théorie de la sociodynamique et propose des applications dans la communication et les rituels RH.

Objectif. Développer la compréhension des mécanismes de *change* au sein de l'entreprise pour pleinement en acquérir les compétences.



Utiliser les biais cognitifs pour une communication transformative

TRAINING



Élise Pinsolle,
VP Engagement



Camille Laval,
Head of content

Durée : 3 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services communication et RH

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 4 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Couramment utilisé dans les campagnes de sensibilisation ou la rhétorique politique, le nudge est un levier clé pour encourager des comportements ou inciter à l'action. En partant d'une cartographie des biais cognitifs et d'exemples concrets, ce training a pour but d'initier aux techniques de rédaction "nudge" pour engager vos collaborateurs ou parties prenantes.

Objectif. Former les participants à la maîtrise de techniques de rédaction directement applicables.



Adapter ses contenus aux motivations des collaborateurs

TRAINING



Elsa Perez,
VP Planning



Camille Laval,
Head of content

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 5 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Être sûr de ne rien manquer ou découvrir les activités de son entreprise, se comparer à ses collègues ou accroître son réseau interne... les motivations des collaborateurs à s'informer sont multiples et peuvent varier selon les moments et les canaux de consommation. Ce training vous propose une grille de lecture et des exercices pratiques pour s'inspirer des attentes de vos audiences dans la création des formats et des contenus.

Objectif. Une formation théorique et pratique, pour gagner en créativité et en pertinence dans la création de contenus à destination des audiences internes.



Créer des kits managériaux dans un contexte de changement

ATELIER



Élise Pinsolle,
VP Engagement



Camille Laval,
Head of content

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : managers, services de communication et RH

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 5 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Quand l'entreprise se transforme, les managers sont aux avant-postes pour décoder ces transformations, répondre aux questions de leurs équipes, les aider à prendre leurs marques. En partant des situations et rituels réels des managers, cet atelier aide à concevoir des kits pratiques pour apprendre à parler de la transformation, à insuffler de nouvelles manières de faire et à engager ses équipes sur le long terme.

Objectif. Permettre aux acteurs de la transformation de créer des outils communs pour répondre à un défi collectif.



Transformer ses pratiques managériales grâce au neo change

SÉMINAIRE



Éric Camel,
Président



Élise Pinsolle,
VP Engagement

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication, dirigeants

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 8 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

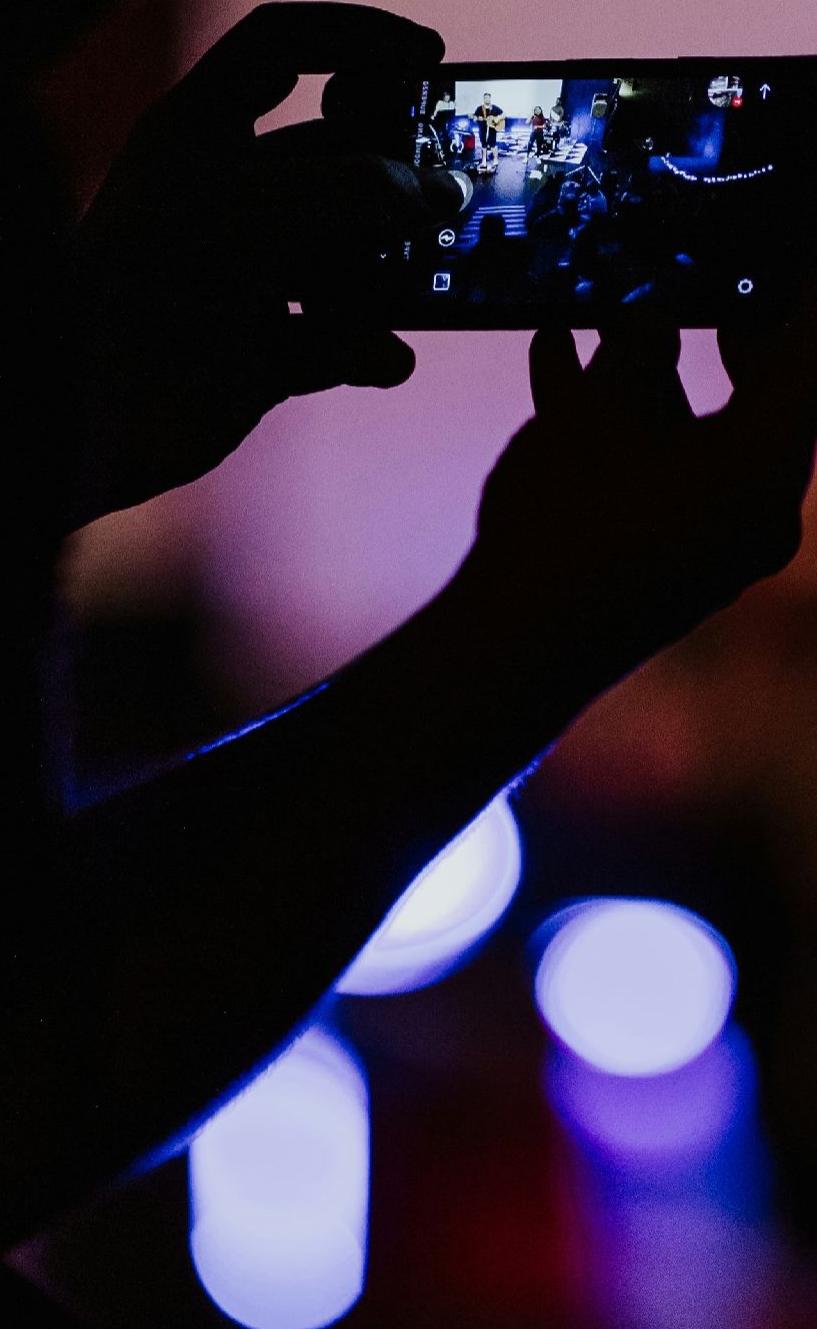
Pour engager dans la transformation, les entreprises utilisent souvent une approche intellectuelle et injonctive globale. Le neo change propose une approche centrée sur l'individu : comment l'aider à gagner en autonomie ? Comment donner du sens à la transformation via une expérience agréable ? Ce séminaire revient sur les fondements théoriques du neo change, illustrés de cas d'étude, puis propose un workshop pour implémenter ces principes dans les rituels et la communication de l'entreprise.

Objectif. Permettre aux communicants d'aider l'entreprise à repenser ses pratiques de change pour gagner en puissance collective.



A LES

NOUVELLES INFLUENCES



S'initier aux nouveaux mécanismes de l'influence

MASTERCLASS



François Guillot,
VP Advocacy



Antoine Le Troadec,
Directeur Planning

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services communication

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Avec la montée en puissance des influenceurs et des médias “new generation”, avec l'explosion de LinkedIn, ou de TikTok, avec les interrogations autour de X et, malgré tout cela, le rôle toujours structurant des médias, le paysage de l'influence s'est réformé et archipélisé. Mais alors, qui influence qui, comment, par quels circuits, sous quelles conditions ? Un voyage dans les nouvelles mécaniques de l'influence à travers une dizaine d'exemples emblématiques.

Objectif. Comprendre et maîtriser les mécanismes et techniques qui expliquent la formation des opinions.



Découvrir les surprises d'un *unexpected* LinkedIn

MASTERCLASS



François Guillot,
VP Advocacy



Antoine Le Troadec,
Directeur Planning

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services communication

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

LinkedIn n'est pas toujours le réseau que l'on croit. Chaque jour, internautes et influenceurs y inventent de nouveaux usages et on y croise désormais des personnalités inattendues : rappeurs, sportifs, hommes politiques, explorateurs, humoristes, psys, philosophes ou médecins... De posts improbables en *bad buzz*, de communautés militantes en *one hit* influenceurs, cette masterclass montre pourquoi et comment LinkedIn devient plus qu'un réseau professionnel.

Objectif. Un moment d'ouverture et d'inspiration pour mettre à jour ses connaissances, penser contre soi-même et développer ses compétences relatives à l'usage de LinkedIn pour son entreprise, ses dirigeants ou soi même.



Percer les secrets de LinkedIn pour optimiser ses performances

MASTERCLASS



François Guillot,
VP Advocacy



Virgile Jouanneau,
VP Social media

Durée : 2 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : community managers, advocates

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 3 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

LinkedIn est souvent décrit comme une boîte noire. Pour autant, il y a beaucoup d'informations qu'il est nécessaire d'appivoiser pour tirer le meilleur de la plateforme et booster ses performances personnelles ou celles de son entreprise. Comprendre l'algorithme, savoir évaluer la qualité et l'impact des interactions, utiliser les formats les plus engageants (comme la newsletter), mais aussi optimiser son profil ou sa page. Une formation concrète qui s'appuie sur les dernières études de l'algorithme.

Objectif. Franchir un cap dans la maîtrise des connaissances et compétences pour l'optimisation de ses comptes LinkedIn.



Apprendre à gérer la controverse sur les réseaux sociaux

MASTERCLASS



François Guillot,
VP Advocacy



Virgile Jouanneau,
VP Social media

Durée :
2 heures

Format :
Présentiel ou
distanciel

Public cible :
services
communication

Participants :
jusqu'à
10 personnes

Tarif :
3 500 €

Pré-requis :
Aucun

Fake news, fact-checking, astroturfing, debunking, “ratio climat”, polarisation des opinions ou tout simplement attaques et controverses : savoir comment les gérer est une question qui revient encore et toujours. Faut-il répondre ? Jusqu'où ? À qui ? Avec quel ton, quels arguments, dans quel timing ? À travers un grand tour d'horizon de différents cas de figure rencontrés, cette masterclass propose des principes permettant de gagner en sérénité.

Objectif. Apprendre à manager la controverse quand elle se présente.



Apprendre la science des posts sur LinkedIn

TRAINING



François Guillot,
VP Influence



Matthieu Nétillard,
Senior manager

Durée : 3 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : community managers, advocates

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 4 500 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Écrire le post LinkedIn parfait ? C'est possible, que l'on ait une appétence pour l'écrit ou non. Comprendre les logiques de bonne construction d'un post, les différentes tonalités et tactiques éditoriales à utiliser, la manière dont on peut rehausser l'impact d'un post en l'accompagnant des visuels adaptés : voilà l'objectif de cette formation qui, au-delà de la conception éditoriale, aborde le rôle croissant de l'IA.

Objectif. Apporter des méthodes et les mettre en pratique pour permettre à chaque participant de gagner en autonomie et en performance dans l'usage de LinkedIn.



Créer des contenus photo et vidéo pour ses ambassadeurs

TRAINING



Virgile Jouanneau,
VP Social media



Alix de Roaldès,
Senior manager

Durée : 2 heures à 1 journée

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : community managers, advocates

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 3 500 € à 10 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Une image vaut 1 000 posts. C'est en tout cas le sentiment que l'on peut avoir sur les réseaux sociaux, où la folie des likes se déchaîne autour des images les plus inattendues, surprenantes ou choquantes. Il convient dès lors de former ses ambassadeurs à la captation d'image : adopter les meilleures techniques photo, savoir choisir des images interpellantes, devenir reporter sur un événement. Une formation ludique et forcément visuelle, pouvant être réalisée en partenariat avec un journaliste vidéo de *L'Obs*.

Objectif. Permettre aux community managers et *advocates* de devenir des créateurs de contenus visuels.



Identifier et sélectionner des influenceurs stratégiques

ATELIER



Amélie Aubry,
VP Influence



Théo Chiron,
Senior manager ODI

Durée : 3 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication et marketing

Participants : jusqu'à 10 personnes

Tarif : 5 000 €

Pré-requis : Aucun

modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Dans une jungle d'influenceurs où les profils se multiplient, où les modes de partenariat se structurent, où la performance réelle reste difficile à jauger, comment identifier les communautés utiles pour la marque ou l'entreprise ? Comment juger de leur impact, autorité, influence, audience et pertinence pour la marque ou l'entreprise ? Comment resserrer une sélection ? En s'appuyant sur une méthodologie croisant data et analyse, cet atelier apporte des moyens de rationaliser la recherche d'influenceurs.

Objectif. Acquérir un savoir-faire objectif dans la recherche de partenariats influenceurs.



Digitaliser ses pratiques RP pour gagner en modernité

ATELIER



Amélie Aubry,
VP Influence



Marie Cannamela,
Senior manager

Durée : 3 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services RP et communication

Participants : jusqu'à 5 personnes

Tarif : 5 000 €

Pré-requis : Aucun

modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Quelle évolution du paysage médiatique en France et/ou à l'international ? Quelles nouvelles pratiques métier émergentes ? Quels exemples inspirants ? Comment renouveler ses approches pour accroître la modernité et la performance de ses stratégies et tactiques ? En s'inspirant des méthodes anglo-saxonnes pour les appliquer au marché français, cet atelier apporte une vision nouvelle et inspirante des RP au sens large (nouveaux médias, influenceurs, advocacy...).

Objectif. Apporter et former à une vision nouvelle des relations médias.



Créer des relations d'alliés avec les nouveaux influenceurs

SÉMINAIRE



François Guillot,
VP Advocacy



Amélie Aubry,
VP Influence

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 8 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Les nouveaux influenceurs existent, mais souvent on ne les connaît pas bien... voire pas du tout. Créateurs de contenus, experts, ingénieurs décrypteurs de la transition énergétique, militants ou entrepreneurs, ils recèlent mille facettes. Comment les identifier, comprendre ce qui les anime, et surtout comment entrer en relation avec eux pour construire des relations mutuellement bénéfiques ? À travers un panorama des nouvelles familles d'influenceurs, des exemples et des ateliers en sous-groupes, ce séminaire permet de décrypter les mécaniques pour en faire des alliés.

Objectif. Apprendre à optimiser la relation avec les influenceurs pour gagner en performance.



Se projeter dans les réseaux sociaux du futur

SÉMINAIRE



Virgile Jouanneau,
VP Social media



Antoine Le Troadec,
Directeur Planning

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 8 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

En 2019, TikTok est scruté de près, mais il n'atteint la barre des 100 millions d'utilisateurs actifs mensuels en Europe qu'en 2020. Un chiffre égalé par Twitter début 2022... avant qu'il en perde 20 millions suite au rachat par Elon Musk. Tout ne s'anticipe pas, mais nous pouvons explorer et bâtir des scénarios d'adoption centrés sur les plateformes émergentes. En s'appuyant sur des scénarios prospectifs et des ateliers d'intelligence collective, ce séminaire vous aide à dessiner des stratégies d'anticipation pour votre présence sociale.

Objectif. Aider les services de communication à acquérir les compétences nécessaires pour bâtir des stratégies sociales éclairées pour demain.



Développer les RP sociétales pour s'infiltrer dans les conversations

SÉMINAIRE



Amélie Aubry,
VP Influence



Elsa Perez,
VP Planning

Durée : 4 heures

Format : Présentiel ou distanciel

Public cible : services de communication

Participants : jusqu'à 30 personnes

Tarif : 7 000 €

Pré-requis : Aucun

Modalités d'inscription : Le public cible peut se rapprocher du formateur concerné.

Modalités d'évaluation : Synthèse des enseignements et validation des acquis réalisés en fin de formation

Délais d'accès : Sur mesure

Situation de handicap : Adaptation Sur mesure

Entre les RP corporate et les RP produits s'ouvre la possibilité souvent inexploree des RP societales : des strategies qui reinventent le thought leadership de l'entreprise, etendent la portee aupres des medias et audiences cibles, accroissent le potentiel de programme integre au service de RP conversationnelles, digitalisees et conquerantes.

A travers un decryptage de l'evolution du paysage mediatique et de la place des marques et des entreprises dans la societe, des exemples inspirants et un workshop de co-construction, ce seminaire vous aide a dessiner les contours d'une strategie de RP societales.

Objectif. Inspirer et ouvrir le champ des possibles des services RP & communication pour en maitriser tous les leviers.



MERCI !

Notre offre de formations évolue chaque année pour s'adapter aux transformations rapides de la communication, des technologies et des besoins des entreprises.

Nous réalisons également des masterclass, trainings, ateliers et séminaires sur mesure pour être au plus près des besoins de vos équipes.

Contactez-nous pour en savoir plus !

Jérémy Prouvé
Directeur commercial

jprouve@angie.fr

+33 (0)1 55 34 46 09

+33 (0)6 64 38 79 30

WWW.ANGIE.FR
