


Durée formation :

2 jours (15h)
En présentiel


Public visé :

6 à 8 personnes
salariés de l'entreprise

► Agences de communication, Communicant(e)s, Responsables communication - marketing, Chefs de projet, Directeur d'entreprise, Responsables RH et plus globalement les personnes en charge des projets de la formation du personnel et/ou de communication interne / externe.


Intervenant(e) :

Virginie Gonzalez


Coût de la formation :

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.


Supports :

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser les attentes d'une cible interne en matière de (e)-formation.
- Explorer les principes et les atouts du e-learning pour répondre aux enjeux en Ressources Humaines et Communication interne au sein de l'entreprise.
- Concevoir un programme de formation et des cours adaptés à la typologie d'apprenants.

Objectifs pédagogiques

- 1** Découvrir les enjeux du e-learning et comment le mettre au service d'une stratégie RH et/ou de communication interne.
- 2** Apprendre à écrire sa stratégie e-learning et créer les formations adaptées à ses objectifs et profils d'apprenants.
- 3** Promouvoir sa formation et motiver ses équipes à son utilisation.
- 4** Évaluer le dispositif déployé et mesurer ses impacts.

Méthodes pédagogiques

La méthode pédagogique alterne des présentations théoriques, des cas pratiques et des exercices de réflexion et mise en situation. Les exercices se feront en individuel ou en groupe afin d'utiliser et de maîtriser les outils et les méthodes proposées.

Modalités d'évaluation

QCM à la fin de la formation.

Programme de la formation

- Jour 1 -

Objectifs et enjeux généraux :

- Définition, avantages et inconvénients
- Pédagogie présentielle VS distancielle
- À la découverte des outils du marché

Organiser sa stratégie e-learning :

- Définir ses objectifs et analyser ses ressources
- Élaborer son plan d'action et constituer une équipe dédiée

La formation en ligne, entre besoins RH et communication interne :

- Mettre en place son onboarding et pré-onboarding
- Organiser la montée en compétence
- Véhiculer ADN et valeurs de la marque
- L'avenir des outils de communication interne traditionnels

Créer son parcours de formation :

- Phases préparatoires
- Impliquer ses salariés
- Brainstormer sur son programme

- Jour 2 -

Créer son contenu de formation et les intégrer sur la plateforme

- Définir les contenus à créer
- Orchestrer son déroulé pédagogique
- Choisir et alterner ses formats

Diffuser l'image de l'entreprise dans sa formation en ligne :

- Définir les personnes clés
- Adapter ses supports de formation à son image
- S'assurer que son ADN est transmis

Promouvoir ses formations :

- Actions pour promouvoir une formation

Motiver ses apprenants

- Les objectifs
- Engager ses équipes sur la plateforme
- Les outils d'échanges entre apprenants

Faire évoluer

- Obtenir les retours d'expérience et les utiliser à bon escient



Virginie Gonzalez

Dirigeante de l'Agence ho5, Virginie œuvre à transmettre sa vision de son métier : faire de l'entreprise une marque inspirante à travers laquelle l'humain s'épanouit.

Récompensée au Trophée des femmes de l'économie et aux Trophées de la Communication, elle met à cœur de transmettre sa connaissance et sa vision du marketing auprès des professionnels et des étudiants. L'enseignement étant pour elle au centre de l'évolution de la communication, elle a déployé SMILE2learn une plateforme elearning et accompagne les entreprises dans les formations internes.