



Catalogue de formations

2025 / 2026

Présentiel / à distance

Document mis à jour en septembre 2026

Communication et stratégie

Définir vos cibles, vos objectifs, votre positionnement et élaborer des outils de planification et pilotage de vos actions sont indispensables à l'élaboration d'une stratégie pour votre communication, qu'elle soit globale, interne, externe ou digitale.

Web & digital

Offrez-vous plus d'autonomie dans la création, la gestion, l'administration de votre site web utilisant un CMS. Découvrez les leviers d'optimisation de votre référencement naturel, développez votre notoriété sur les réseaux sociaux, intégrez vos utilisateurs au cœur de votre projet web.

Création graphique

Créez et préparez sereinement vos documents pour l'impression, réalisez des retouches, montages et effets sur vos créations pour concevoir vos propres supports de communication.



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre
de la catégorie d'actions de formation

Catalogue de formations :

1 # Communication et stratégie

8

Définir une stratégie de communication globale

8

Articuler son plan de communication pour des actions efficaces

10

2 # Web & digital

12

Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale

12

Formation au CMS WordPress

15

Optimiser le référencement naturel et payant de son site web

17

Comment communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

19

3 # Les outils de création graphique

22

Formation aux logiciels Adobe Indesign/Illustrator/Photoshop

22

Utilisation de l'outil Figma

25

Créer des visuels impactants avec Canva

27

1 # Communication et stratégie

Définir une stratégie de communication globale

Votre besoin :

Vous cherchez à donner plus de visibilité à votre offre, transmettre un message à votre public cible ou à des profils à recruter ?

Notre solution :

Chacune de ces finalités fait appel à un type de communication spécifique pour mettre en place des actions pertinentes et efficaces. Définir votre positionnement dans le contexte de votre besoin, formaliser vos objectifs et connaître vos cibles sont les étapes préalables à la construction du bon message adressé au bon moment, à la bonne cible, par le bon canal de communication. Découvrez le cadre et les outils nécessaires au déploiement de ce processus pour mettre en place votre propre stratégie de communication.

Les bénéfices de la formation :

La communication fait partie de l'ADN de l'agence. Nous déployons pour nos clients des stratégies sur-mesure en fonction de leurs besoins et de leurs environnements interne et externe. Bénéficiez de notre expertise grâce à des études de cas concrètes et adaptées à vos objectifs pour créer et coordonner vos supports et moyens de communication.

Articuler son plan de communication pour des actions efficaces

Votre besoin :

Votre stratégie de communication comporte plusieurs types d'actions sur différents supports à diffuser à différentes périodes. Vous rencontrez des difficultés à sa mise en application dans les délais définis et articuler vos actions de communication de façon cohérente ?

Notre solution :

Le plan média est un document qui regroupe l'ensemble des actions de communication prévues dans les supports et médias choisis pour une ou plusieurs campagnes définies. qui présentent l'ensemble de vos actions de communications afin de les articuler entre elles à des dates ou périodes précises pour que chaque action bénéficie du bon impact. Le plan d'actions offre une vision globale des actions à mettre en œuvre et à renouveler d'une période à l'autre.

Les bénéfices de la formation :

Après vous être approprié les enjeux de votre stratégie de communication et identifié les actions de communication qui permettront de la déployer, vous structurerez votre plan média pour le rendre pérenne et exploitable d'une année à l'autre.

2 # Web et digital

Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale

Votre besoin :

Votre présence sur le web et les outils digitaux sont des leviers essentiels pour votre activité. Mais comment augmenter votre notoriété, développer votre image de marque, acquérir de nouveaux clients ou fidéliser votre portefeuille grâce au digital ? Quels objectifs définir, quel message élaborer et à qui le diffuser à quel moment et sur quel support ?

Notre solution :

Découvrez et mettez en application les étapes successives à l'élaboration d'une stratégie digitale. Définissez un cap pour atteindre vos objectifs grâce à un plan d'action spécifique et pilotez votre stratégie digitale grâce à des indicateurs de performance en gardant la maîtrise de votre budget marketing et de la planification des tâches.

Les bénéfices de la formation :

Après avoir réalisé un état des lieux de votre communication digitale actuelle et défini vos objectifs, cibles et positionnement, vous découvrirez les différents moyens à votre disposition pour orchestrer votre stratégie digitale :

- les différentes stratégies de contenus pour créer des publications et articles de qualité et générer du trafic vers votre site web,
- les outils off-site : SEA, newsletter, réseaux sociaux, emailing,
- les outils on-site : landing page, SEO, ergonomie et UX.

Dans la seconde partie de la formation, vous identifierez les leviers les plus pertinents pour formuler votre plan d'actions avec un planning, budget et indicateurs de performance associés pour mesurer le ROI de vos actions.

Formation au CMS WordPress

Votre besoin :

Créer son site Web nécessite soit le budget pour le faire réaliser par un professionnel, soit le temps pour le faire soi-même, à condition d'avoir les connaissances nécessaires à sa création, mise en ligne, gestion et administration.

Notre solution :

43% des sites Web dans le monde (près de 2 milliards en tout) sont réalisés grâce au CMS (Content Management System) Wordpress. Libre, gratuit et personnalisable, vous disposerez d'une grande quantité de thèmes et plugins existants (gratuits et payants) pour répondre à vos besoins. Du fait de son utilisation massive, la communauté associée à WordPress vous permet d'avoir accès à d'innombrables informations et solutions à mettre en application lorsque vous disposez des connaissances nécessaires à la création, la gestion et l'administration de votre site Wordpress.

Les bénéfices de la formation :

Durant cette formation, découvrez tous les éléments de fonctionnement et d'administration de WordPress pour mettre en ligne un site contenant des pages personnalisées et mises en forme avec

des images, liens vidéos et de modules. Bénéficiez de l'expertise de l'agence qui totalise de nombreux projets réalisés avec passion sur WordPress.

Optimiser le référencement naturel et payant de son site web

Votre besoin :

Avoir un site Web, c'est bien. Le trouver, c'est mieux. Vous recherchez à générer du trafic qualifié vers votre site Web, à apparaître dans les premiers résultats de recherche pour votre activité dans votre zone de chalandise ? Vous souhaitez comprendre le fonctionnement de votre positionnement dans les résultats de recherche ?

Notre solution :

Le référencement naturel, ou SEO (Search Engine Optimization), consiste à mettre en place une stratégie de visibilité web pour faire en sorte que votre site web soit le meilleur pour répondre à l'intention de recherche de vos visiteurs. Il faut donc détecter cette intention de recherche (sous forme de mots-clés ou expressions, questions, etc.) et y répondre de la meilleure des façons possibles, le tout au sein d'un site web techniquement optimisé pour être bien analysé par les moteurs de recherche. Idéalement, la page à positionner devra également obtenir des liens naturels (backlinks) de qualité venant d'autres sites web pour gagner en popularité.

Les bénéfices de la formation :

Durant cette formation, vous aborderez les leviers technique et rédactionnel ainsi que la mise en place de liens pour être en capacité d'asseoir une bonne stratégie de contenu sur une base technique optimisée pour le référencement pour ensuite la diffuser auprès de vos publics cibles.

Comment communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

Votre besoin :

Aujourd'hui, avant de se rendre dans un établissement ou de solliciter les services d'une organisation, l'internaute recherche des éléments sur internet pour savoir si le service ou le produit répond à son besoin. Ainsi, 80% des personnes qui arrivent "en physique" dans votre organisation ont déjà recueilli des informations sur la toile : avis sur les plateformes, informations sur votre site web, publications et notes sur les réseaux sociaux, etc. Comment faire pour que votre communication en ligne soit cohérente avec votre organisation et votre offre ?

Notre solution :

L'internaute n'est pas seulement passif pour rechercher des informations à votre sujet, il est aussi l'acteur de votre réputation en ligne par ses avis ou commentaires, ses interactions avec votre marque sur les réseaux sociaux. Durant cette formation, découvrez les différents supports de communications sur lesquels faire évoluer votre image de marque.

Les bénéfices de la formation :

Spécialistes en image de marque, nous vous apporterons des outils et méthodologies pour véhiculer vos valeurs à vos cibles sur le web, en tenant compte des spécificités de chaque support et média social.

3 # Les outils de création graphique

Initiation à la suite Adobe Indesign/Illustrator/Photoshop

Votre besoin :

Vous souhaitez créer ou sous-traiter la création d'un support de communication destiné à l'impression mais n'êtes pas familier avec les étapes nécessaires à son élaboration ?

Notre solution :

Pour concevoir un support de communication de façon professionnelle, il est nécessaire de comprendre le fonctionnement de la chaîne d'impression. Découvrez l'ensemble des professions qui interviennent de la conception à la finalisation d'un produit graphique qui sera produit à de multiples exemplaires par un procédé d'impression. Vous vous familiariserez également avec les trois principaux logiciels de la suite éditée par la société Adobe qui répondent aux besoins métier : Photoshop, Illustrator et InDesign.

Les bénéfices de la formation :

Bénéficiez de l'expertise de notre agence grâce à l'utilisation quotidienne de la suite Adobe dans des projets print et web.

Utilisation de l'outil Figma

Votre besoin :

Les créations graphiques (print et/ou web) attractives et engageantes contribuent à votre notoriété et image de marque. Les produire nécessite d'utiliser un outil dédié lorsque vous ne faites pas appel à un professionnel.

Notre solution :

Figma est un outil collaboratif de création graphique et de mise en page. Fluide et centralisé, il vous permet de créer des projets et documents en équipe, en toute transparence et de manière instantanée.

Les bénéfices de la formation :

Malgré son interface épurée et sa prise en main simplissime, Figma est un outil aussi efficace pour matérialiser les interfaces graphiques les plus complexes que pour connecter les cerveaux en ébullition autour d'un projet. Bénéficiez d'une formation à l'utilisation de Figma, notre plus fidèle allié au sein de l'agence, pour la création de visuels (documents print, gabarits réseaux sociaux, maquettes site web) et leur mise en forme.

Créer des visuels impactants avec Canva

Votre besoin :

Les créations graphiques (print et/ou web) attractives et engageantes contribuent à votre notoriété et image de marque. Les produire nécessite d'utiliser des outils dédiés lorsque vous ne faites pas appel à un professionnel.

Notre solution :

Canva est un outil en ligne qui permet de modéliser facilement et rapidement des posts / réels et stories pour les réseaux sociaux. Il permet de créer des visuels dynamiques et tendance en un tour de main.

Les bénéfices de la formation :

Grâce à son interface épurée et sa prise en main simplissime, Canva est un outil efficace pour concevoir des montages simples comme des maquettes graphiques complexes, réaliser vos posts pour vos réseaux sociaux ou produire vos PDF pour le web et l'impression.

Bénéficiez d'une formation à l'utilisation de Canva, un outil existant en version gratuite - et parmi les plus utilisés aujourd'hui.

Les formateurs



Sophie Ensminger,
Responsable communication de la couleur du Zèbre

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communicant !

sophie@lacouleurduzebre.com / 0369964169



Emmanuel Winstein,
Directeur Technique de la couleur du Zèbre

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 0673832573

Communication et stratégie

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie globale pérenne et créative !

En préambule

Communiquer pour des institutions, associations, ou collectivités locales, communiquer pour une campagne de recrutement ou encore dans la cadre d'une communication sociale ou bien de crise : **ces types de communication mettent en œuvre des stratégies spécifiques.**

Comprenez les enjeux et maîtrisez la communication de votre entreprise...

Posez-vous les bonnes questions et coordonnez vos supports et moyens de communication.

Il est donc primordial pour vous d'**identifier les processus de la mise en place de VOTRE stratégie de communication !**

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication externe en définissant les cibles, les objectifs et le positionnement.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Vous serez évalué sur la définition d'une stratégie de communication globale, ainsi que sur le contenu du programme de formation détaillé ci-dessous. Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

Préambule - 1h

- Le schéma de communication
- Qu'est ce qu'une stratégie de communication globale ?

Identifier votre activité - 1h

- Les outils d'analyse de votre activité et votre environnement
- Analyse Pestel
- Matrice SWOT

Fixer vos objectifs et votre positionnement - 1h30

- Les objectifs à atteindre
- Son positionnement de communication

téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Définir votre identité - 1h

- Charte graphique et supports identitaires
- Charte éditoriale

Connaître vos cibles - 1h30

- Identification de vos publics et de leurs attentes
- Les personae : outil de définition de vos cibles de communication



Sophie Ensminger,

Responsable communication de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communicant !

sophie@lacouleurduzebre.com / 07 49 16 81 97

Dernière mise à jour : Juin 2021- la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Communication et stratégie

Articuler son plan de communication pour des actions efficaces

En préambule

Communiquer pour des institutions, associations, ou collectivités locales, communiquer pour une campagne de recrutement ou encore dans le cadre d'une communication sociale ou bien de crise : **ces types de communication mettent en œuvre des stratégies spécifiques.**

Comprenez les enjeux et maîtrisez la communication de votre entreprise...

Posez-vous les bonnes questions et coordonnez vos supports et moyens de communication.

Il est donc primordial pour vous d'**identifier les processus de la mise en place de VOTRE stratégie de communication !**

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication externe en définissant les cibles, les objectifs et le positionnement.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Vous serez évalué sur la définition d'un plan d'action, ainsi que sur le contenu du programme de formation détaillé ci-dessous. Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

Préambule - 1h

- Qu'est ce qu'un plan média ?
- Pourquoi établir un plan média ?

Le socle : votre stratégie de communication pour définir les enjeux - 1h

- Vos objectifs de communication
- Votre positionnement : synthétise l'axe de communication principal
- La (re)définition de vos cibles de communication

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

L'analyse : pour corriger ou réorienter l'existant - 1h30

- Bilan de l'année/action en cours
- Analyse des évolutions en interne et en externe

Les moyens : humains, techniques et financiers - 1h

- Ressources humaines et compétences
- Actions et supports médias et hors médias
- La budgétisation d'un plan de communication

Le plan média : les critères de succès et le système d'évaluation - 1h30

- Mesurer l'efficacité de ses actions de communication
- Le planning des actions de communication
- (contraintes et stratégie d'interaction entre les supports)



Sophie Ensminger,

Responsable communication de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communicant !

sophie@lacouleurduzebre.com / 07 49 16 81 97

Web et digital

Définir et mettre en œuvre une stratégie digitale

En préambule

Les actions de communication digitale ne sont efficaces que si elles sont articulées autour du site web et conçues en cohérence avec la stratégie de communication globale et les objectifs marketing.

Générer du trafic, convertir les prospects, analyser les comportements des internautes, fidéliser les clients : tels seront les objectifs que vous atteindrez en ayant défini et mis en œuvre une stratégie digitale.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de formuler et d'exécuter sa stratégie digitale globale déclinée en plan d'actions pour servir des objectifs dont l'atteinte sera mesurée par des indicateurs de performance.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine du digital.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.

Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques.

Objectif

Définir et mettre en place d'une stratégie digitale pour se lancer

et développer son entreprise ou sa marque sur le web.

Maîtrise des dernières tendances et innovations en matière de digital.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Vous serez évalué sur la définition d'une stratégie digitale, la mise en place d'action ainsi que sur le contenu du programme de formation détaillé ci-dessous. Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

I) Définir sa stratégie digitale - 6h**1. Votre stratégie de communication globale :**

- a. Diagnostic : analyse de votre activité et de votre environnement
- b. Définition de vos cibles et de votre positionnement
- c. Matrice SWOT : outil de pilotage et de stratégie de communication
- d. Définition des objectifs

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

- e. Définition de la stratégie de communication globale

2. Identifier les freins et leviers de la transformation digitale

- a. Les freins principaux rencontrés
- b. Les leviers pour réussir votre transformation digitale

3. Stratégies contenus

- a. Content Marketing
- b. Brand Content
- c. Storytelling

4. Articulation On-site / Off-site

- a. Paid, Owned, Shared & Earned Media
- b. Inbound et Outbound Marketing

5. Off-site

- a. Outils d'acquisition et de fidélisation : SEA (display, search, vidéo, shopping), emailing, newsletter et réseaux sociaux.
- b. Identifier les réseaux sociaux que l'on souhaite investir et la(les) ligne(s) éditoriale(s) à développer
- c. Réseaux sociaux : publication organique et Community Management
- d. Réseaux sociaux : gestion des commentaires
- e. L'importance de la création d'infographies
- f. Relations influenceurs et contenu d'experts

6. On-site

- a. Landing page
- b. Référencement / SEO,
- c. Ergonomie et UX

7. Elaborer le plan d'actions

- a. Bilan de l'analyse
- b. Écrire un planning de publication et de diffusion global : hebdo, mensuelles et annuelles et les bilans et analyses. (*Google Sheets*)
- c. Réseaux sociaux : animer et développer sa communauté : temporalité des posts et annonce, phase d'analyse des

statistiques.

- d. Définir des ressources associées
- e. Business plan et ROI

II) Mettre sa stratégie en application - 6h

1. Créer et paramétrer ses comptes réseaux sociaux, publier
 - a. Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok : configuration, et création des gabarits
 - b. Appliquer le planning de publication avec HootSuite
2. Publications sponsorisées
 - a. Quand et comment créer des campagnes sponsorisées ?
 - b. Google Ads, Youtube Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads Manager
 - c. Objectifs, ciblage et budget
3. Mesurer l'impact de sa communication et l'engagement de ses followers
 - a. Google Analytics
 - b. Search Console
 - c. Réseaux sociaux
4. Conception des newsletters et plateformes de mailing :
 - a. Utilisation de MailJet
5. Vérifier les KPI, réaliser des bilans et analyse mensuels et annuels
6. Optimiser les éléments et les contenus, ajuster les dépenses, ajuster la stratégie



Sophie Ensminger,

Responsable communication de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communicant !

sophie@lacouleurduzebre.com / 07 49 16 81 97

Web et digital

Formation au CMS WordPress

En préambule

Le CMS Wordpress est une application web Open Source permettant de créer et d'administrer simplement et rapidement un site web.

Grâce à ses nombreuses fonctionnalités et la diversité de ses interfaces graphiques de site, le CMS WordPress est devenu l'application gratuite la plus répandue pour la gestion de sites web et de blogs.

Le CMS WordPress propose la possibilité de télécharger gratuitement ou d'acheter des thèmes et extensions pour personnaliser et rendre unique votre site web.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de mettre en ligne le CMS WordPress, saura produire et gérer des contenus sur son site et personnaliser son interface graphique.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous

Pré-requis

Utilisation courante des logiciels de traitement de texte et d'un navigateur Internet.

Durée

Programme sur un total de 18 heures soit 3 jours.

Objectif

Découvrir et prendre en main le CMS WordPress, savoir créer son site web, savoir mettre en ligne le CMS WordPress et gérer les contenus du site, savoir personnaliser son interface graphique.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Vous serez évalué sur votre capacité à réaliser mettre en ligne un site web, à personnaliser son apparence et à gérer le contenu des pages web.

Présentation de WordPress - 4h

- Rappel sur le fonctionnement des CMS
- Présentation de WordPress, son historique, sa philosophie
- Installation et paramétrage de WordPress
- Téléchargement et installation d'un serveur local pour le développement de site
- Téléchargement du logiciel Wordpress, installation sur le serveur local et paramétrage

Administration de WordPress - 4h

- Analyse des gabarits et fonctionnalités du front office
- Présentation de l'interface d'administration et du tableau de bord
- Pages, articles, catégories et commentaires : création et modification des contenus
- Les médias : photos, documents, vidéos, etc.
- La gestion des menus
- La gestion des comptes utilisateurs

sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

- Installer des extensions (plugins) : formulaire de contact, optimisation du référencement, diaporama, etc.
- Création et restauration de sauvegardes

Apparence de votre site web - 4h

- Changer de thème graphique
- Les gabarits et widgets
- Personnaliser votre thème : couleurs, images et logos

Mettre en ligne - 3h

- Logiciel FTP : Filezilla. Paramétrage du logiciel
- La procédure de mise en ligne d'un site administré par CMS
- Pourquoi et comment appliquer les mises à jour du site
- Sauvegarde et sécurité

Cas pratique - 3h

- Mise en place du CMS WordPress, ajout de pages et de modules, réalisation d'une mise en page avec images, liens, vidéos, etc.



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).
ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021- la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Web et digital

Optimiser le référencement naturel et la visibilité de son site web sur les intelligences artificielles (SEO & GEO)

En préambule

Être présent sur Internet ne suffit plus : il faut être visible sur les moteurs de recherche, mais aussi dans les réponses générées par les intelligences artificielles comme ChatGPT, Gemini ou Perplexity.

Cette formation vous permettra de comprendre les principes du référencement naturel (SEO) et du référencement sur les moteurs génératifs (GEO), afin d'optimiser votre site web, d'améliorer sa visibilité et de développer votre présence dans les résultats de recherche et les réponses des IA.

À travers des exercices pratiques sur votre propre site, vous apprendrez à analyser votre référencement et à mettre en place des actions concrètes pour l'améliorer.

Informations générales**Public visé**

Dirigeants d'entreprise, responsables marketing, chargés de communication, gestionnaires de sites Internet et toute personne souhaitant développer la visibilité de son organisation sur le web.

Prérequis

- Maîtriser les bases de l'informatique et de la navigation sur Internet.
- Être à l'aise avec l'utilisation d'un navigateur et des outils web.
- Disposer idéalement d'un site Internet et d'un accès à son administration pour réaliser les exercices d'optimisation.
- Aucune connaissance préalable en référencement naturel n'est nécessaire.

Durée et modalités

Durée totale : 18 heures réparties sur 3 jours.

- Formation dispensée en visioconférence.
- Groupe limité à 12 participants.
- Alternance d'apports théoriques, de démonstrations et de travaux pratiques.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, vous serez capable de :

1. Comprendre les principes du SEO et du GEO.
2. Analyser et optimiser les performances techniques de votre site.
3. Rédiger des contenus adaptés aux moteurs de recherche et aux IA.
4. Développer la visibilité et la notoriété de votre site.
5. Mesurer et analyser vos performances SEO et GEO.
6. Réaliser un audit et définir un plan d'action SEO/GEO.

Mode d'évaluation

L'évaluation s'organise en trois étapes.

1. Évaluation initiale

Un questionnaire de positionnement permet d'identifier les connaissances et les besoins des participants avant le démarrage de la formation.

2. Évaluation formative en continu

Les compétences sont évaluées au fil des six modules au moyen de QCM, de grilles de diagnostic, d'exercices pratiques et de productions individuelles. Chaque exercice donne lieu à une vérification de critères de réussite définis dans le programme.

3. Évaluation finale

Chaque participant réalise un diagnostic synthétique et présente un plan d'action SEO/GEO adapté à son activité. Cette évaluation permet de vérifier la mobilisation des connaissances et compétences acquises au cours de la formation.

Une grille d'évaluation par objectif pédagogique permet de formaliser les compétences acquises, partiellement acquises ou non acquises.

Résultats attendus et livrables

À l'issue de la formation, chaque participant dispose des éléments suivants :

- Un tableau d'analyse de sa visibilité SEO/GEO.
- Une grille de diagnostic technique de son site.
- Une proposition d'optimisation éditoriale d'une page.
- Une cartographie simplifiée de sa présence numérique.
- Un tableau de bord de suivi des performances.
- Un plan d'action SEO/GEO personnalisé.

Ces livrables constituent une base opérationnelle permettant de poursuivre les optimisations après la formation.

Méthodes et moyens pédagogiques

- La formation repose sur une pédagogie active, associant :
- Des apports théoriques illustrés par des exemples réels.
- Des démonstrations d'outils de référencement et d'analyse.
- Des exercices individuels guidés.
- Des analyses comparatives de résultats de recherche et de réponses génératives.
- Des échanges collectifs autour des travaux réalisés.
- La construction progressive d'un diagnostic personnalisé.

Moyens techniques mobilisés

- Outils de visioconférence et de partage d'écran.
- Supports pédagogiques numériques.
- Google Search Console et PageSpeed Insights.
- Moteurs de recherche et assistants IA accessibles aux participants.
- Grilles d'analyse et modèles de tableaux de suivi.
- Sites Internet des participants ou sites d'étude fournis.

L'accès à certains outils, notamment Google Search Console, dépend des autorisations disponibles sur les sites concernés. Des données d'exemple sont utilisées lorsque les accès ne sont pas disponibles.

Programme de formation SEO & GEO

1. Comprendre les enjeux du SEO et du GEO – 3 h

- Fonctionnement des moteurs de recherche et des IA génératives.
- Différences entre SEO, SEA et GEO.
- Critères de référencement et intentions de recherche.
- Pratique : comparer sa visibilité sur Google et les IA.

2. Optimiser les performances techniques de son site – 2 h

- Structure HTML, balises SEO et maillage interne.
- Indexation, vitesse de chargement et Core Web Vitals.
- Outils d'analyse : Search Console et PageSpeed Insights.
- Pratique : réaliser un diagnostic technique de son site.

3. Optimiser ses contenus pour le SEO et le GEO – 4 h

- Recherche de mots-clés et stratégie éditoriale.
- Rédaction et structuration des contenus.
- Optimisation des contenus pour les moteurs de recherche et les IA.
- Pratique : optimiser une page de son site web.

4. Développer sa visibilité et sa notoriété – 3 h

- Netlinking, popularité et autorité du site.
- Présence de son entreprise sur les plateformes externes.
- Mentions et citations dans les réponses des IA.
- Pratique : analyser sa visibilité et celle de ses concurrents.

5. Mesurer les performances SEO et GEO – 2 h

- Analyse du trafic et du positionnement sur Google.
- Suivi des mentions et citations dans les IA.
- Outils et indicateurs de performance.
- Pratique : construire son tableau de suivi SEO/GEO.

6. Cas pratique : audit et plan d'action SEO/GEO – 4 h

- Analyse technique et éditoriale de son site.
- Identification des axes d'amélioration.
- Priorisation des actions SEO et GEO.
- Pratique : réaliser son audit et construire un plan d'action personnalisé.

Les 6 mises en pratique de la formation SEO & GEO

1. Analyser sa visibilité sur Google et les IA – Module 1

- Sélectionner 3 recherches représentatives de son activité.
- Comparer les résultats sur Google, ChatGPT et Perplexity.
- Identifier les concurrents présents et les sources citées.
- Repérer les opportunités d'amélioration de sa visibilité.

2. Réaliser un diagnostic technique de son site – Module 2

- Analyser les performances avec PageSpeed Insights.
- Vérifier les principales balises SEO et la structure des pages.
- Contrôler l'indexation et le maillage interne.
- Identifier 3 améliorations techniques prioritaires.

3. Optimiser une page de son site web – Module 3

- Identifier les mots-clés et les intentions de recherche.
- Analyser les contenus des concurrents.
- Optimiser les titres, la structure et les contenus d'une page.
- Adapter la rédaction aux recherches conversationnelles des IA.

4. Analyser sa visibilité et celle de ses concurrents – Module 4

- Identifier les mentions de son entreprise sur le web.
- Analyser sa présence dans les réponses des IA.
- Comparer les sources citées et les entreprises concurrentes.
- Définir 3 actions pour renforcer sa visibilité et sa notoriété.

5. Construire son tableau de suivi SEO/GEO – Module 5

- Analyser les données disponibles dans Google Search Console.
- Identifier les principaux indicateurs de performance SEO.
- Définir des recherches types pour suivre les mentions et citations dans les IA.
- Construire un tableau de bord de suivi SEO/GEO.

6. Réaliser son audit et construire un plan d'action SEO/GEO – Module 6

- Synthétiser les analyses réalisées pendant la formation.
- Identifier les forces et les faiblesses de son site.
- Définir et hiérarchiser 5 actions d'amélioration.
- Élaborer un plan d'action personnalisé avec des indicateurs de suivi.



Emmanuel Winstein,
Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Spécialiste du développement de sites web dynamiques et d'applications, maîtrisant différents langages de programmation et systèmes de gestion de contenus (CMS).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Web et digital

Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

En préambule

Alors que plus d'1 français sur 2 est actif sur les réseaux sociaux, peut-on encore penser stratégie de communication sans penser réseaux sociaux ?

Aujourd'hui, communiquer de façon efficace sur les réseaux sociaux offre de véritables opportunités pour interagir avec votre audience.

Visibilité, ciblage précis et création d'interactions, les réseaux sociaux sont devenus un outil d'information et d'engagement non négligeable dans l'établissement de vos stratégies de communication.

Mais pour en tirer le meilleur parti, il est nécessaire de connaître les caractéristiques de chaque réseau social et d'adapter votre community management à chaque support.

Le community management est aujourd'hui devenu une discipline à part entière qu'il est nécessaire d'intégrer à votre

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine du digital.

Durée

Programme sur un total de 12 heures soit 2 jours.
Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques.

Objectif

Mise en place d'une stratégie digitale pour se lancer et développer son entreprise ou sa marque sur les réseaux sociaux. Créer des contenus de qualité et définir une stratégie réseaux sociaux.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques.

Jour 1**Les fondamentaux des réseaux sociaux - 3h**

- Introduction aux réseaux sociaux : Définitions, historique, principaux réseaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.), leurs spécificités et leurs publics.
- Les enjeux de la communication sur les réseaux sociaux : Objectifs (notoriété, engagement, conversion), avantages et inconvénients, les bonnes pratiques.
- Les différents types de contenu : Textes, images, vidéos, infographies, stories, lives...

stratégie de communication globale, qui se structure et répond à des objectifs précis.

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Élaboration d'une stratégie de communication - 3h

- Analyse de la cible : Identifier son audience, ses centres d'intérêt, ses comportements sur les réseaux.
- Définition des objectifs : Fixer des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels).
- Choix des réseaux sociaux : Sélectionner les plateformes les plus pertinentes en fonction de la cible et des objectifs.
- Création d'un calendrier éditorial : Planifier les publications, varier les formats de contenu.

Jour 2

Mise en pratique - 3h

- Création de contenus engageants : Conseils pour rédiger des posts percutants, choisir les visuels adéquats, utiliser les hashtags pertinents.
- Community management : Répondre aux commentaires, gérer les crises, animer la communauté.
- Les outils de gestion des réseaux sociaux : Présentation des principaux outils (Hootsuite, Buffer, Sprout Social, etc.).

Mesure des performances et optimisation - 3h

- Les indicateurs clés de performance (KPI) : Identifier les bons indicateurs pour mesurer l'efficacité de sa stratégie.
- Analyse des résultats : Interpréter les données, tirer des enseignements et ajuster sa stratégie.
- Les publicités sur les réseaux sociaux : Présentation des différentes options de publicité, création de campagnes simples.



Sophie Ensminger,

Responsable communication de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communiquer !

sophie@lacouleurduzebre.com / 07 49 16 81 97

Les outils de création graphique

Formation aux logiciels Adobe Indesign/Illustrator/Photoshop

En préambule

Aujourd'hui, pour concevoir un support de communication de façon professionnelle, il est nécessaire de comprendre le fonctionnement de la chaîne d'impression. Pour cela, il vous faut appréhender les trois principaux logiciels de la suite éditée par la société Adobe.

Avec la connaissance de Illustrator, InDesign et Photoshop et avec une bonne identification des différents acteurs de la chaîne graphique, vous gagnerez en temps et argent.

À l'issue de cette formation, vous connaîtrez les bases de la chaîne graphique et de l'utilisation des logiciels de la suite Adobe.

À terme, vous n'aurez peut-être plus à externaliser la réalisation de vos supports de communication.

Pré-requis

Avoir déjà une pratique de l'outil informatique et une connaissance de la suite ADOBE (Photoshop/Illustrator/InDesign).

Durée

Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.

Objectif

- Identifier les spécificités de chaque logiciel.
- Comprendre la chaîne graphique et ses intervenants.
- Se positionner dans ce processus global.
- Travailler en CMJN et en RVB. – Gestion de la couleur dans l'impression (contraintes et possibilités).
- Types de papiers et conséquences sur la couleur.
- Paramétrer un document numérique et préparer un fichier pour l'impression.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques.

Jour 1**Les chaînes graphiques pour l'impression et la publication**

- Identifier les étapes et les intervenants
- Situer son travail dans un processus global
- Maîtrise du processus

Le monde de l'imprimé, le monde du digital

- Différencier les types d'images : Bitmap et Vectoriel, les modes colorimétrique : RVB, CMJN et les couleurs Pantone

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Les types d'impressions

- Quadrichromie : impressions offset et numérique
- Tons directs : sérigraphie, pantone...

Jour 2

Illustrator

- Le vectoriel (l'image vectorielle) et les spécificités du logiciel
- Les barres de menu, d'options
- Les outils
- Les palettes
- Les outils de paramétrage
- Les nuanciers

Mise en pratique avec la création d'une carte de visite

- Maîtriser les fondamentaux (nouveau document, espace de travail, gabarit, règles et repères, navigation dans le plan de travail)
- Créer, déplacer et modifier des formes simples (couleurs, mise à l'échelle, travail avec les calques et le pathfinder)
- Dessiner au pinceau et au crayon
- Maîtriser l'outil plume et l'outil texte
- Savoir enregistrer et exporter son document

Jour 3

Photoshop

- Le pixel (l'image bitmap) et les spécificités du logiciel
- Les barres de menu, d'options
- Les outils
- Les palettes
- Les outils de paramétrage
- Les nuanciers

Mise en pratique avec la retouche d'une photographie

- Maîtriser les fondamentaux (nouveau document, espace de travail, gabarit, règles et repères, navigation dans le plan de travail)
- Créer, déplacer et modifier des formes simples (couleurs, mise à l'échelle, travail avec les calques et les masques)
- Dessiner au pinceau et au crayon
- Maîtriser l'outil texte et les calques de réglages
- Savoir enregistrer et exporter son document

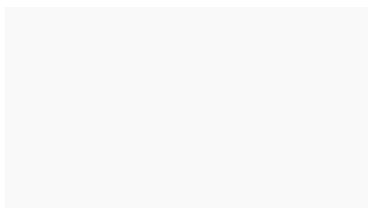
Jour 3

InDesign

- La mise en page et les spécificités du logiciel
- Les barres de menu, d'options
- Les outils
- Les palettes
- Les outils de paramétrage
- Les nuanciers

Mise en pratique avec la création d'un curriculum vitae

- Maîtriser les fondamentaux (nouveau document, espace de travail, gabarit, règles et repères, navigation dans le plan de travail)
- Créer, déplacer et modifier des formes simples (couleurs, mise à l'échelle, travail avec les calques)
- Maîtriser l'outil texte et les styles de caractère et style de paragraphe
- Importer et modifier des images et des illustrations



- Travailler avec une grille de mise en page et des gabarits
- Savoir enregistrer et exporter son document
- Préparer son document à l'impression
- Créer un dossier d'assemblage



Sophie Ensminger,

Responsable communication de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communicant !

sophie@lacouleurduzebre.com / 07 49 16 81 97

Dernière mise à jour : Juin 2021- la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Les outils de création graphique

Utilisation de l'outil Figma

En préambule

Accompagner vos contenus d'une création graphique rend votre communication plus attractive et augmente les chances de visibilité. La maîtrise d'un outil de mise en page est donc indispensable.

Figma est un logiciel de mise en page pour les supports print et web. Intuitif et collaboratif, il vous permettra de créer facilement et en équipe des créations graphiques qui enrichiront vos contenus.

À l'issue de cette formation, vous saurez utiliser l'ensemble des outils du logiciel pour réaliser un visuel.

Figma deviendra votre allié principal pour tout besoin de conception graphique.

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Pré-requis

Avoir des connaissances dans le domaine de la communication, du webdesign et du print.

Durée

Programme sur une journée.

Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques (programme "perfectionnement" sur un ou deux jours).

Objectif

Savoir maîtriser l'outil Figma permettant la création et la mise en page de visuels print ou/et web.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluation en continu sur la base d'exercices pratiques et QCM.

Application et organisation des contenus

- Introduction : le logiciel Figma
- Présentation de l'interface de travail
- Lecture des maquettes
- Les plugins

Calques et pages

- Frames
- Calques
- Hiérarchie des calques
- Masques
- Composants

Le prototypage

- Interactions
- Navigation
- Simulateur d'appareil

Mise en forme

- Système de colonnage et grille
- Formes
- Typographies
- Couleurs
- Images
- Effets
- Exports PDF et images

Mise en pratique

- Création d'un bandeau Facebook et export
- Création d'un document PDF A4 4 pages
- Création d'une maquette de site web format ordinateur et mobile



Emmanuel Winstein,

Directeur Technique de la couleur du Zèbre, Strasbourg

spécialiste dans le développement de sites web dynamiques ou d'applications - maîtrisant de nombreux langages de programmation de sites web ou CMS (systèmes de gestion de contenus).

ewinstein@lacouleurduzebre.com / 06 73 83 25 73

Dernière mise à jour : Juin 2021- la couleur du Zèbre © TOUTE UTILISATION OU REPRODUCTION EST STRICTEMENT INTERDITE.

Les outils de création graphique

Créer des visuels impactants pour votre communication avec Canva

En préambule

Accompagner vos contenus d'une création graphique rend votre communication plus attractive et augmente les chances de visibilité. La maîtrise d'un outil de création est donc indispensable.

Figma est un logiciel de mise en page pour les supports print et web. Intuitif et collaboratif, il vous permettra de créer facilement et en équipe des créations graphiques qui enrichiront vos contenus.

Canva est un outil en ligne qui permet de modéliser facilement et rapidement des posts / réels et stories pour les réseaux sociaux. Il permet de créer des visuels dynamiques et tendance en un tour de main.

À l'issue de cette formation, vous saurez utiliser l'ensemble des outils de ces logiciels pour réaliser un visuel pour vos supports de communication.

-

Pré-requis

Avoir des connaissances dans le domaine de la communication, du webdesign et du print.

Durée

Programme standard pour 1 logiciel se déroule sur une journée, consultez-nous pour toutes demandes spécifiques (programme "perfectionnement" sur un ou deux jours - ou pour la mise en place d'un programme "sur mesure" avec une formation combinée avec le logiciel Figma).

Objectif

Savoir maîtriser les outils de Canva afin de créer des visuels ou concevoir des mises en page de visuels print ou/et web.

Méthodologie

Cette formation repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Évaluation en continu sur la base d'exercices pratiques et QCM.

(Programme sur une journée pour Canva)

Introduction sur l'image numérique et la communication digitale - 1h

- Image vectorielle, bitmap
- Définition et résolution de l'image
- Colorimétrie et échantillonnage
- Formats de fichiers pour le web
- Introduction à la stratégie digitale

Présentation de l'interface et des outils - 1h

- Interface générale
- Outils
- Applications
- Les +

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

Types de documents et mise en pratique - 4h

- Fichiers print
- Edition de photos et visuels
- Publications web et stories
- Miniatures et teaser vidéo (bases de montage)
- Usage des applications : création en bloc
- Création d'infographie



Sophie Ensminger,

Responsable communication de la couleur du Zèbre, Strasbourg

Sophie est experte en communication institutionnelle et touristique. Elle est également à l'affût de toutes les astuces pour vous faciliter votre quotidien de communicant !

sophie@lacouleurduzebre.com / 07 49 16 81 97