



Catalogue de formations

Un Grain de Sel est un cabinet indépendant de conseil et de formation en stratégie de communication institutionnelle et relations aux publics. Nous sommes spécialisés dans l'accompagnement des acteurs de l'économie sociale et solidaire, des collectivités et plus largement, de tous les acteurs du changement en Bretagne.

Noter offre de services s'articule autour de 4 pôles : conseil en communication (stratégie et plan de communication), accompagnement à la professionnalisation des structures, événementiel et formation.

Les offres proposées ci-dessous ont été construites pour répondre à vos besoins. Elles sont adaptables en fonction du public visé (porteurs de projets, entrepreneurs, salariés, conseil d'administration et autres bénévoles...) et du degré d'approfondissement souhaité.



→ Un thème de formation n'apparaît pas dans ce catalogue ?
N'hésitez pas à nous solliciter, nous construisons des modules sur-mesure.

SOMMAIRE

+ Créer et piloter un plan de communication	P.2
+ Communiquer via les réseaux sociaux	P.4
+ Réussir ses relations avec la presse	P.6
+ Évaluer l'utilité sociale de son activité	P.8
+ Réussir sa campagne de crowdfunding	P.10
+ Méthode pédagogique	P.12
+ L'intervenante	P.13

+ Créer et piloter un plan de communication



La maîtrise des concepts de stratégie et plan de communication est indispensable dans la création et le développement de toute organisation. Dans un monde qui va toujours plus vite, il est important de poser sereinement les éléments d'une politique de communication efficace, au service des objectifs globaux de votre projet.

>> Objectifs

- ✓ Appréhender les enjeux de la communication
- ✓ Être à même de mettre en œuvre une politique de communication
- ✓ Adapter sa communication au service de la stratégie de son entreprise
- ✓ Évaluer et améliorer sa communication

>> Public

Toute personne en charge de la communication dans son organisation

>> Programme

Jour 1 :

- Analyser l'environnement externe et interne : observer pour comprendre et m'inspirer
- Déterminer les objectifs, le message, la cible : donner un sens à ma communication
- Le budget de la communication

Jour 2 :

- Choisir les bons supports / outils de communication
- Planifier, piloter et évaluer l'efficacité de ma communication

>> Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Moyens pédagogiques : alternance de théories (30%) et de mises en pratique (70%), présentation de diaporama, jeux collectifs, support de formation remis au stagiaire. Test de résultats commenté avec le stagiaire.

Moyens techniques : salle équipée d'un vidéoprojecteur, post-it, paperboard, jeux (cartes), ordinateur et connexion internet.

Moyens d'encadrement : Anne Delétoille, Consultante formatrice en communication et relations aux publics. Diplômée de l'INSEEC en Master II- Communication et Publicité - communication institutionnelle et territoriale. Formée en animation de formation.

>> Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution : feuilles de présence signées des stagiaires et du formateur, attestation de présence individuelle .

Appréciation des résultats : un questionnaire de satisfaction sera à remplir par les stagiaires en fin de formation, attestation de fin de formation individuelle.

Appréciation à froid : un questionnaire de bilan de la formation sera transmis aux participants dans les 6 mois qui suivront la formation.

>> Organisation

- Durée : 2 journées, soit 14 heures par stagiaire
- Organisation pédagogique : présentiel en intra-entreprise

>> Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

>> Organisme de formation : Un Grain de Sel

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53290911129 auprès du préfet de région de Bretagne.

+ Communiquer via les réseaux sociaux Linkedin, Viadéo et Facebook.



Les réseaux sociaux sont devenus un support de communication quasi incontournable. Très réactifs et peu coûteux, ils trouvent toute leur place dans la stratégie de communication de nombreuses organisations. Et pourtant ils sont souvent peu ou mal utilisés et deviennent chronophages et inefficaces. Quel réseau choisir? Qu'y faire? Comment développer et engager sa communauté? Pour éviter de se disperser et risquer d'avoir une mauvaise « e-reputation » il est primordial de connaître les enjeux et usages des ces outils de communication bien spécifiques.

>> Objectifs

- ✓ Découvrir les spécificités des réseaux : LinkedIn, Viadéo et Facebook.
- ✓ Définir son positionnement personnel et professionnel sur les réseaux sociaux (profils, pages)
- ✓ Apprendre à définir une ligne éditoriale
- ✓ Connaître les bonnes pratiques en matière d'engagement
- ✓ Organiser sa communication sur les réseaux sociaux
- ✓ Connaître les points de vigilance

>> Public

Tout public.

>> Programme

- ✓ Audit / diagnostic des profils / pages qui existent
- ✓ Spécificités des réseaux : LinkedIn, Viadeo et Facebook (usages et bonnes pratiques)
- ✓ Créer une page entreprise sur ces réseaux
- ✓ Animer ma communauté, susciter l'engagement : rédiger efficacement, interagir
- ✓ Optimiser ses visuels pour les réseaux sociaux
- ✓ Organiser sa communication : ligne éditoriale et calendrier de publication
- ✓ *E-reputation* : points de vigilance
- ✓ La publicité sur ces réseaux sociaux

>> Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Moyens pédagogiques: alternance de théories (30%) et de mises en pratique (70%), présentation de diaporama, jeux collectifs, support de formation remis au stagiaire. Test de résultats commenté avec le stagiaire.

Moyens techniques: salle équipée d'un vidéoprojecteur, post-it, paperboard, jeux (cartes), ordinateur et connexion internet.

Moyens d'encadrement: Anne Delétoille, Consultante formatrice en communication et relations aux publics. Diplômée de l'INSEEC en Master II- Communication et Publicité - communication institutionnelle et territoriale. Formée en animation de formation.

>> Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution: feuilles de présence signées des stagiaires et du formateur, attestation de présence individuelle.

Appréciation des résultats: un questionnaire de satisfaction sera à remplir par les stagiaires en fin de formation, attestation de fin de formation individuelle.

Appréciation à froid: un questionnaire de bilan de la formation sera transmis aux participants dans les 6 mois qui suivront la formation.

>> Organisation

- Durée : 1 journée, soit 7 heures par stagiaire
- Organisation pédagogique : présentiel en intra-entreprise

>> Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

>> Organisme de formation : Un Grain de Sel

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53290911129 auprès du préfet de région de Bretagne.

+ Réussir ses relations avec la presse



Les relations presse sont un outil de communication efficace (et peu coûteux) si elle sont bien menées. Il ne suffit pas d'envoyer une information aux médias pour qu'elle soit relayée. Identifier les médias porteurs, construire une relation de confiance avec le journaliste, traiter l'information sous un angle journalistique...sont autant d'étapes clés à maîtriser pour assurer le succès de ses relations avec les médias.

>> Objectif(s)

- ✓ Comprendre l'écosystème des médias en France
- ✓ Savoir rédiger pour intéresser les journalistes
- ✓ Savoir bien répondre à une interview
- ✓ Savoir organiser un événement presse

>> Public

Toute personne en charge de la communication dans son organisation.

>> Programme

Jour 1 : L'écosystème des médias en France

Qui sont les médias : typologie et caractéristiques – comment rédiger pour les médias ? - l'angle presse

Jour 2 : La relation avec le journaliste

Constituer un fichier presse – organiser un événement presse - évaluer mes relations avec les médias

>> Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Moyens pédagogiques: alternance de théories (30%) et de mises en pratique (70%), présentation de diaporama, jeux collectifs, support de formation remis au stagiaire. Test de résultats commenté avec le stagiaire.

Moyens techniques: salle équipée d'un vidéoprojecteur, post-it, paperboard, jeux (cartes), ordinateur et connexion internet.

Moyens d'encadrement: Anne Delétoille, Consultante formatrice en communication et relations aux publics. Diplômée de l'INSEEC en Master II- Communication et Publicité - communication institutionnelle et territoriale. Formée en animation de formation.

>> Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution : feuilles de présence signées des stagiaires et du formateur, attestation de présence individuelle .

Appréciation des résultats : un questionnaire de satisfaction sera à remplir par les stagiaires en fin de formation, attestation de fin de formation individuelle.

Appréciation à froid : un questionnaire de bilan de la formation sera transmis aux participants dans les 6 mois qui suivront la formation.

>> Organisation

- Durée : 2 journées, soit 14 heures par stagiaire
- Organisation pédagogique : présentiel en intra-entreprise

>> Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

>> Organisme de formation : Un Grain de Sel

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53290911129 auprès du préfet de région de Bretagne.

+ Évaluer l'utilité sociale de son activité



L'évaluation de l'utilité sociale d'un projet n'est pas seulement un moyen de justifier de ses activités auprès des bailleurs, c'est aussi un formidable outil de management et de communication pour une structure de l'ESS. Pour être utile et efficace, cette auto-évaluation doit être menée avec méthodologie. Cette formation a pour but de vous aider à mettre en place la démarche étape par étape et de vous donner les clés pour assurer sa réussite.

>> Objectif(s)

- ✓ Préparer et animer une démarche d'auto-évaluation de l'utilité sociale de son activité
- ✓ Acquérir des méthodes et outils opérationnels.
- ✓ Apprendre à construire un argumentaire : démontrer l'utilité sociale du projet
- ✓ Capitaliser sur la démarche : outil de management et de communication

>> Public

Responsables et salariés de structures ESS

>> Programme

Jour 1 : Préparer la démarche d'auto-évaluation

De quoi parle-t-on ? Pourquoi évaluer ? Qui associer à cette démarche ? Poser le cadre.

Jour 2 : Mener l'auto-évaluation

Élaborer les critères et indicateurs, collecter puis analyser les données. Construire un argumentaire.

>> Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Moyens pédagogiques: alternance de théories (30%) et de mises en pratique (70%), présentation de diaporama, jeux collectifs, support de formation remis au stagiaire. Test de résultats commenté avec le stagiaire.

Moyens techniques: salle équipée d'un vidéoprojecteur, post-it, paperboard, jeux (cartes), ordinateur et connexion internet.

Moyens d'encadrement: Anne Delétoille, Consultante formatrice en communication et relations aux publics. Diplômée de l'INSEEC en Master II- Communication et Publicité - communication institutionnelle et territoriale. Formée en animation de formation.

>> Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution : feuilles de présence signées des stagiaires et du formateur, attestation de présence individuelle .

Appréciation des résultats : un questionnaire de satisfaction sera à remplir par les stagiaires en fin de formation, attestation de fin de formation individuelle.

Appréciation à froid : un questionnaire de bilan de la formation sera transmis aux participants dans les 6 mois qui suivront la formation.

>> Organisation

- Durée : 2 journées, soit 14 heures par stagiaire
- Organisation pédagogique : présentiel en intra-entreprise

>> Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

>> Organisme de formation : Un Grain de Sel

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53290911129 auprès du préfet de région de Bretagne.

+ Réussir sa campagne de crowdfunding



Le crowdfunding? Nous en entendons parler tous les jours mais de quoi s'agit-il? Est-ce adapté à mon projet? Comment se passe une campagne?

Il ne suffit pas de mettre un projet en ligne sur une plateforme de crowdfunding et d'inviter les internautes à visiter sa page pour que ceux-ci décident de contribuer financièrement.

Réussir une campagne de financement participatif implique une bonne préparation en amont : vérifier la pertinence de ce type de financement vis-à-vis de son projet, choisir le modèle le plus adapté (don, prêt, ouverture de capital), la bonne plateforme parmi les plus de 150 disponibles en France, le montant et la durée de sa campagne...

Une fois la campagne lancée, c'est au porteur de projet de faire connaître sa démarche et de profiter de toute occasion pour mobiliser la communauté et assurer la réussite de la collecte !

Une part importante du temps est consacrée à l'échange de bonnes pratiques et aux questions sur les différentes problématiques rencontrées par les personnes présentes.

>> Objectif(s)

- ✓ Appréhender les enjeux du crowdfunding
- ✓ Préparer une collecte
- ✓ Être à même d'animer une campagne de crowdfunding

>> Programme

- ✓ Définition et contexte : les différentes plateformes, l'enjeu du crowdfunding...
- ✓ Avant : définir le budget, la durée et la date de la campagne, choisir sa plate-forme
- ✓ Pendant : animer sa campagne
- ✓ Après : capitaliser

>> Public

Tout public.

>> Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Moyens pédagogiques: alternance de théories (30%) et de mises en pratique (70%), présentation de diaporama, jeux collectifs, support de formation remis au stagiaire. Test de résultats commenté avec le stagiaire.

Moyens techniques: salle équipée d'un vidéoprojecteur, post-it, paperboard, jeux (cartes), ordinateur et connexion internet.

Moyens d'encadrement: Anne Delétoille, Consultante formatrice en communication et relations aux publics. Diplômée de l'INSEEC en Master II- Communication et Publicité - communication institutionnelle et territoriale. Formée en animation de formation.

>> Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution: feuilles de présence signées des stagiaires et du formateur, attestation de présence individuelle.

Appréciation des résultats: un questionnaire de satisfaction sera à remplir par les stagiaires en fin de formation, attestation de fin de formation individuelle.

Appréciation à froid: un questionnaire de bilan de la formation sera transmis aux participants dans les 6 mois qui suivront la formation.

>> Organisation

- Durée : 1 journée, soit 7 heures par stagiaire
- Organisation pédagogique : présentiel en intra-entreprise

>> Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

>> Organisme de formation : Un Grain de Sel

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53290911129 auprès du préfet de région de Bretagne.

+ Méthode pédagogique

En résumé ? Apports méthodologiques, échanges d'expériences et analyse de cas concrets.

Tous nos scénarios pédagogiques veillent, en fonction des publics et de leurs besoins, à croiser différentes méthodes pédagogiques : expositive – interrogative – démonstrative et surtout active.

→ **Pratiquer pour comprendre**

La pédagogie expérientielle est au cœur de la méthode de transmission de Un Grain de Sel. Tout au long de la formation, les stagiaires sont amenés à participer et à mettre en application les savoirs acquis via des exercices à faire seul ou en petit groupe. Chaque formation alterne théorie (30%) et mise en pratique (70%).



→ **S'appuyer sur des cas concrets**

La formatrice étant une professionnelle en activité, chaque point évoqué pendant la formation sera illustré d'exemples concrets.

De même, les activités des stagiaires pourront également servir d'appui pour évoquer certaines méthodes.



→ **Techniques d'animation**

La formatrice utilise et construit des jeux / dispositifs inspirés des pratiques de l'éducation populaire (brise glace, jeux de rôles, blasons...) pour accompagner les stagiaires dans leur apprentissage de façon ludique et participative. En complément, elle utilise des méthodes telles que : les simulations, études de cas, exercice de recherche...



→ **Communication bienveillante**

Afin d'assurer les meilleurs conditions d'apprentissage pour chacun, en début de chaque formation, la formatrice présente aux stagiaires les principes de la communication bienveillante.

→ **Médias utilisés**

Diaporama, Tableau blanc, feuille de paperboard, internet, post-it, aides visuelles (carte, photos), marqueur, jeux de cartes (création Un Grain de Sel), schémas plastifiés...

→ Chez Un Grain de Sel nous travaillons au quotidien pour professionnaliser les structures. Pédagogie et transfert de compétences sont nos maître-mots !

+ La formatrice



Depuis toujours, Anne souhaite exercer un métier en accord avec ses valeurs. Après une double formation en commerce international (diplôme CESIMAD titre certifié niveau II, école 3A à Lyon) et développement responsable, et en communication institutionnelle et territoriale (MII, major de promotion à l'INSEEC / SUP DE PUB), elle a exercé avec passion le métier de responsable communication au sein de diverses organisations avant de créer son propre cabinet de conseil en communication Un Grain de Sel.

Ces années passées aux côtés d'acteurs du changement lui ont permis d'acquérir une profonde connaissance des secteurs de l'économie sociale et solidaire, de la solidarité internationale, de la culture et du développement durable. Ces expériences lui ont également donné l'occasion de développer une expertise pointue dans l'accompagnement des acteurs publics et privés dans la mise en place de stratégies de communication et de relations aux publics.

Anne Delétoille est adhérente du Réseau Entreprendre au Féminin Bretagne et membre de son comité d'animation du Finistère. A cette occasion, elle anime des ateliers de formation à la communication pour les femmes en création d'entreprise ou en activité.

Elle intervient également au Brest Open Campus auprès des étudiants de l'IFAG et de SUP de Com en communication (niveau Bachelor et Master I et II).

Contactez-nous !

Un Grain de Sel – Anne Delétoille

06 23 33 57 30 – anne@ungraindesel.fr

www.ungrainsdesel.fr



[@ungraindesel.fr](https://www.facebook.com/ungraindesel.fr)



www.linkedin.com/company/un-grain-de-sel



Un Grain de Sel est ambassadeur de la marque de territoire

TOUT
commence
en FINISTÈRE