



---

Développer les compétences en  
numérique

**Philippe AÏN**

Social Media manager  
Dirigeant et formateur

**Xavier FLEURY**

Chef de projet formation  
et formateur

## TETRAPOLIS

### UN PÔLE D'EXPERTISE DIGITALE

- Dédié à la création numérique au sens large,
- Fondé par 4 agences indépendantes à Avrillé
- Une mutualisation des équipes et des savoir-faire,

### FORMATIONS ET ACCOMPAGNEMENT

- Webmarketing
- Réseaux sociaux
- E-commerce
- E-Management
- Vidéo et 3D
- Usages numériques





Contexte de la  
commande

## ANGERS : UN ECOSYSTEME NUMERIQUE

### Reconnu comme innovant



30 communes  
270 000 Hab  
690 agents permanents



150 000 Hab  
2838 agents permanents  
*-Jeune*  
*-Entreprenante*  
*-Touristique*



475 agents permanents  
*-Action sociale*  
*-Gérontologie*

### Présence active sur les réseaux sociaux



26 700 abonnés



27 100 abonnés



6 200 abonnés



Enjeu touristique



Enjeu international

## DES AMBITIONS AFFICHEES :

---

- Devenir un territoire accueillant pour les expérimentations
  - Disposer de ressources en accompagnement à la création
  - Renforcer l'offre de formation et de recherche
  - Appuyer l'innovation
  - Diffuser la culture numérique auprès du grand public
- **TERRITOIRE TOURNÉ VERS LE NUMÉRIQUE**
    - Labellisé French Tech
    - 7000 salariés dans la filière numérique/électronique
    - Un écosystème numérique de startups et de leaders



## VERS UNE CULTURE NUMERIQUE PARTAGEE

---

- **ENTRE COLLECTIVITÉS...**
  - Engager les collectivités pour une utilisation participative du web
- **...ET USAGERS**
  - Communiquer aussi avec les usagers via internet

## OBJECTIFS DU DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES NUMERIQUES

---

- **POUR LES AGENTS :**

- La formation doit leur permettre d'exercer leurs missions et de faire face aux évolutions métiers

- **POUR LES MANAGERS :**

- La formation doit leur permettre de connaître les enjeux des outils numériques, leur utilisation et de sensibiliser leurs collaborateurs

Comprendre les fondamentaux du monde numérique  
Accompagner les usagers à l'usage des outils numériques  
Faciliter les parcours professionnels

---

OFFRE POUR LE LOT n°2

## OFFRE POUR LE LOT N°2

|                                   | Intitulé                                                                                                  |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Outils numériques                 | Connaître et comprendre le monde numérique -7h<br>Conférence Tutorée En groupe Individuelle               |
|                                   | Usage professionnel des réseaux sociaux- niveau initial -14h<br>Conférence Tutorée En groupe Individuelle |
|                                   | Usage professionnel des réseaux sociaux – niveau avancé -14h<br>En groupe Individuelle                    |
|                                   | Les outils de partage (SharePoint...) -7h<br>En groupe Individuelle                                       |
| Usages                            | Utilisation des outils mobiles -7h<br>En groupe Individuelle                                              |
|                                   | Apprendre à accompagner les utilisateurs -7h<br>En groupe Individuelle                                    |
| Formation supplémentaire proposée | Former aux techniques de recherche d'emploi en ligne -7h<br>Conférence Tutorée En groupe Individuelle     |
|                                   | Présence par l'image et le live sur les réseaux sociaux -7h<br>En groupe Individuelle                     |

---

# MODALITES D'INTERVENTION



## EN AMONT DES FORMATIONS

---

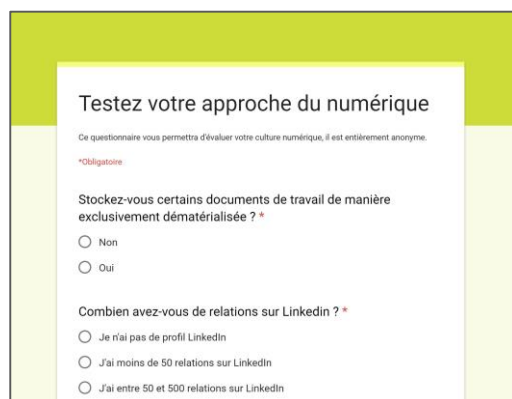
Nous avons besoin de :

- Recueillir des **documents et méthodologies de travail** fournis par les apprenants afin de s'appuyer dessus lors des formations
- Disposer de la **charte informatique**
- Relever les usages et attentes en participant aux **comités de pilotage** + entretien + positionnement = ajuster les contenus et définir les niveaux
- Connaître les **modèles des supports mobiles** utilisés : quelles tablettes, quels smartphones ?
- **Connaître les versions utilisées** de One Note, SharePoint et leurs usages
- Positionner les stagiaires en amont de chaque formation (groupes de niveau)

## EN AMONT DES FORMATIONS :

**Nous définissons les niveaux et adaptons les séances**

Test en accès libre



Testez votre approche du numérique

Ce questionnaire vous permettra d'évaluer votre culture numérique, il est entièrement anonyme.

*\*Obligatoire*

Stockez-vous certains documents de travail de manière exclusivement dématérialisée ? \*

☐ Non

☐ Oui

Combien avez-vous de relations sur LinkedIn ? \*

☐ Je n'ai pas de profil LinkedIn

☐ J'ai moins de 50 relations sur LinkedIn

☐ J'ai entre 50 et 500 relations sur LinkedIn



Questions de positionnement en amont de chaque formation



Question 11

Pas encore répondu

Noté sur 1,00

Marquer la question

Sur LinkedIn, une personne est autorisée à créer la page d'une entreprise même si elle n'y travaille pas

Sélectionnez une réponse :

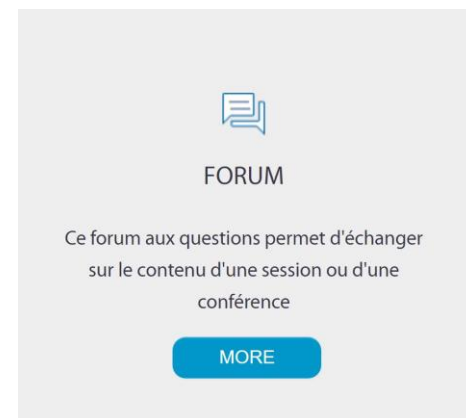
☐ Vrai

☐ Faux

PAGE PRÉCÉDENTE

PAGE SUIVANTE

FAQ pour chaque formation





FORUM

Ce forum aux questions permet d'échanger sur le contenu d'une session ou d'une conférence

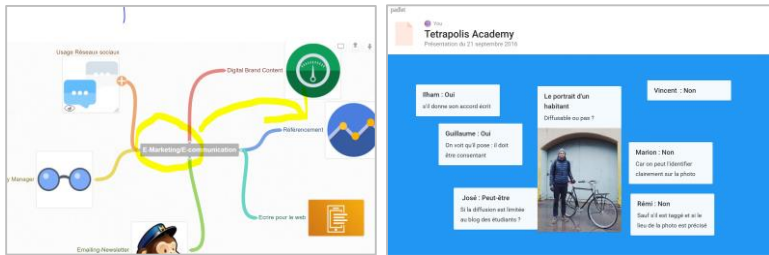
MORE

Un courriel unique est dédié aux participants [actionsnumeriques@tetrapolis-academy.fr](mailto:actionsnumeriques@tetrapolis-academy.fr)

## LE MODE PRESENTIEL

- DANS VOS LOCAUX OU NOS LOCAUX
- VARIETE DES APPROCHES
  - Retours d'expérience
  - Mises en situation en groupe
  - Apports théoriques (expositif ou vidéo)
  - Analyse de situations professionnelles
  - Co-construction (ex : ligne éditoriale, blog collaboratif...)
  - Questionnements/débats
  - Sensibilisation

Outils interactifs et collaboratifs



Tests



Badges



## APRES LA FORMATION

### Questionnaire d'évaluation finale en ligne

Information réseaux sociaux / 4- Valeurs ajoutées des réseaux les + populaires / Test d'évaluation finale

Question 3  
Pas encore répondu  
Noté sur 2,00  
Marquer la question



Que permet Hootsuite ?

Veuillez choisir une réponse :

- ☐ a. De suivre différents influenceurs en même temps
- ☐ b. De préparer et programmer à l'avance ses contenus pour différents réseaux sociaux
- ☐ c. De vérifier la pertinence de ses contenus

### Fiches synthèse

ANNEXE 3 CONCEVOIR SA LIGNE EDITORIALE

**Qu'est-ce qu'une ligne éditoriale ?**

« C'est un fil conducteur, un choix d'orientation de contenus, de règles éthiques et de mode d'expression qui permet de garantir la même tonalité et le même « cap » aux rédactionnels ». Elle peut être établie pour un individu ou pour la communication de marque d'une personne morale. Elle est appliquée aussi bien dans la presse que dans le domaine des réseaux sociaux.

**Pourquoi une ligne éditoriale ?**

La stratégie éditoriale permet de garantir une **cohérence** (éviter les contenus contradictoires), de respecter une **unité de ton** (lorsqu'on fait appel à plusieurs rédacteurs) et d'**asseoir l'image** (le graphisme, la typologie, le positionnement).

**Astuce**  
Cherchez à identifier les lignes éditoriales des marques, de vos concurrents, des personnes d'un domaine d'activité similaire au votre. Notez également leur fréquence de publication. Ces éléments vous permettront de mieux différencier votre propre ligne.

**Définir votre ligne éditoriale en étapes**

**Choisissez de 3 à 5 mots qui reflètent vos valeurs**

**A qui souhaitez-vous adresser ? (Cible) :** collaborateurs, usagers, experts d'un domaine ?...

**Contenus :** Notez ci-dessous les besoins, centres d'intérêts de chaque cible sur lesquels vous pouvez converser, apporter une expertise...

### Fiches aide-mémoire

ANNEXE 1 Démarrer sur le réseau social Weibo



**Présentation :** Weibo est un réseau social fortement utilisé en Chine, créé sous forme de blog, mix de Facebook et Twitter. Il comprend près de 500 millions d'utilisateurs. En Chine, les médias "traditionnels" souffrent d'un manque de crédibilité auprès des nouvelles générations contrairement à Weibo qui, « créé » des scandales, des icônes (négatives ou positives) et enrichit le vocabulaire populaire, bien qu'il y ait beaucoup de censure.

**Pour démarrer :** Généralement les utilisateurs y expriment leurs opinions et racontent leur quotidien sur des pages personnalisables. 140 caractères maximum par publication comme sur Twitter mais cela permet aux chinois d'en dire plus qu'un français.

**Restrictions techniques :** Entièrement en chinois. Il y a cependant la possibilité de poster en anglais et en français et de télécharger une extension pour traduire en anglais. Vous pouvez toujours utiliser les sites de traduction ou la fonctionnalité de Google qui vous traduit les pages. Cependant, si on ne parle pas chinois il y a peu d'intérêt.

**1 - L'intérêt d'un compte Weibo**  
Les utilisateurs de Weibo se concentrent parmi les classes d'âge jeunes. Environ 70% des utilisateurs ont moins de 30 ans et 40 % moins de 22 ans.

**2 - Créer un compte**  
Les utilisateurs de Sina Weibo s'ouvrent aux marques, fait caractéristique des consommateurs chinois. Plus de 56 % des utilisateurs de Weibo suivent déjà au moins un compte de marque.

Twitter est quasi inexistant en Chine. Quant à Facebook, le réseau social regroupe quelques millions de membres, mais les seuls utilisateurs réellement actifs sont ceux ayant

Pour créer un compte cliquez ici →

Pour l'avoir en anglais cliquez sur

### Evaluation à chaud et à froid

EVALUATION DE LA FORMATION À 90 jours

**Vous avez suivi la formation intitulée : .....**  
**aux dates suivantes : .....**

1. Mettez-vous en pratique régulier acquises au cours de la formation  
☐ Oui ☐ Non (je repor

2. Si vous les avez mises en pratique  
☐ La conviction que cela vou  
☐ La formation complémentai  
☐ Le soutien de vos collègues  
☐ Le suivi par le(s) formateur  
☐ Le suivi par votre manager  
Autre(s) : .....

3. Si vous ne les avez pas encore mi  
☐ Vous n'avez pas eu assez d  
☐ Vous n'avez pas eu l'occas  
☐ Le contenu de la formation  
☐ La formation n'a pas été do  
☐ Vous n'avez pas eu l'inform

**EVALUATION DE LA FORMATION**  
(Cochez la case qui correspond le mieux à votre ressenti)

1. La formation a-t-elle répondu aux objectifs du départ ?  
☐ Tout à fait ☐ En partie ☐ Pas vraiment ☐ Pas du tout

2. Les conditions de la formation étaient-elles suffisantes (salle, matériel, taille du groupe...) ?  
☐ Oui ☐ Non (précisez) .....

3. Le formateur a-t-il été à l'écoute de vos questions ?  
☐ Tout à fait ☐ En partie ☐ Pas vraiment ☐ Pas du tout

4. Le formateur a-t-il su, sur l'ensemble de la formation, rendre claires ses explications ?  
☐ Tout à fait ☐ En partie ☐ Pas vraiment ☐ Pas du tout

5. Les supports utilisés étaient utiles pour apprendre (documents, vidéo)  
☐ Oui ☐ Non

6. Avez-vous regretté de ne pas avoir traité certains sujets ? Si oui, lesquels ?  
.....

## LE MODE FORMATION Auto-tutorée

---

- **FOIRE AUX QUESTIONS**

- Ouverte sur notre plateforme pour chaque formation afin de recueillir les questions et les réponses apportées. Chaque participant reçoit un code d'accès à son espace.

- **RÉUNION DE LANCEMENT**

- A distance (sous mode webinaire) ou en présentiel, d'une durée d'1 heure, elle permet au formateur d'expliquer le fonctionnement de la plateforme et le mode d'accompagnement à distance

- **SÉQUENCAGE ET OBJECTIFS INTERMÉDIAIRES**

- Des consignes et activités sont débloqués au fur et à mesure de l'avancée individuelle ou des demandes individuelles.

- **DISPONIBILITÉ DU FORMATEUR**

- Le formateur est joignable via messagerie (réponse sous 48h)

## LE MODE FORMATION Auto-tutorée : formations proposées

| Formations proposées en auto-formation tutorée       | Durée FOAD* | Thèmes                                                                                                         |
|------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Connaître et comprendre le monde numérique           | 3,5 heures  | Points abordés : la transformation numérique, la fracture numérique, le comportement des usagers du numériques |
| Usage professionnel des réseaux sociaux              | 3,5 heures  | Définir sa ligne éditoriale - Créer son profil LinkedIn – Apprendre à entrer en contact -                      |
| Usage professionnel des réseaux sociaux              | 3,5 heures  | Points abordés : l’e-réputation, la valeur de marque, la construction d’une ligne éditoriale                   |
| Former aux techniques de recherche d’emploi en ligne | 3,5 heures  | Points abordés : le CV numérique, CV-thèques et veille sur les offres, l’e-candidature                         |
| Former aux techniques de recherche d’emploi en ligne | 3,5 heures  | Points abordés : l’usage du réseau professionnel LinkedIn pour la recherche d’emploi                           |

## LE MODE CONFERENCE

---

- **ANALYSE DE LA DEMANDE**
  - Le conférencier sélectionne les contenus adaptés : 2 contenus peuvent être extraits au minimum d'une journée de formation
- **FOIRE AUX QUESTIONS**
  - Ouverte sur notre plateforme en amont pour chaque formation afin de recueillir les questions et les réponses apportées. Chaque participant reçoit un code d'accès à son espace.
- **QUESTIONS-REPONSES**
  - Ouverte sur notre plateforme en amont pour chaque formation afin de recueillir les questions et les réponses apportées. Chaque participant reçoit un code d'accès à son espace.
  - Tous les thèmes de formation ne se prêtent pas au format conférence.



# PLATEFORME DE FORMATION A DISTANCE

Cours : Présence profess: X

moodle.tetrapolis-academy.fr/course/view.php?id=2

**TETRAPOLIS**  
ACADEMY

Navigation FRANÇAIS (FR)

Xavier Fleury  
Apprenant

Interêts et usages des réseaux sociaux

Pages du site  
Cours  
Social Media  
Formation réseaux sociaux  
Participants  
Badges  
Compétences  
Notes  
Généralités  
1-Approche des réseaux sociaux  
2-Valeurs ajoutées d'une présence social media  
3-La ligne éditoriale  
4-Valeurs ajoutées des réseaux les + populaires  
Webmarketing

Administration du cours  
Banque de questions  
Administration du site

RECHERCHER

1a- Approche des réseaux sociaux Document PDF

2-Valeurs ajoutées d'une présence social media

2a-L'usage des réseaux sociaux  
2b-L'intérêt des réseaux sociaux  
2b-Téléchargez le texte du cours  
2c-Le marketing social  
2d-Le processus de marketing social  
2d-La viralité et l'e-réputation  
Diaporama 2a-Intérêts et usages des réseaux sociaux

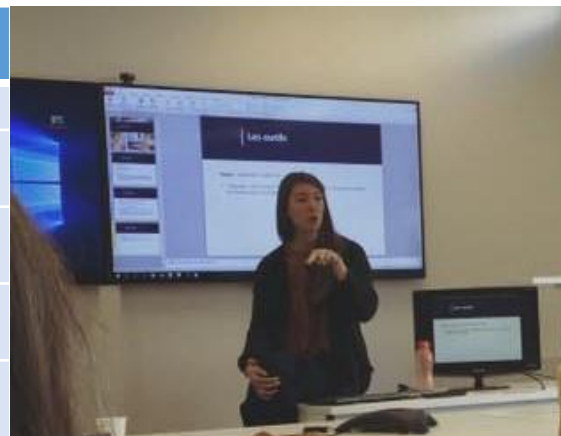
↑

## LE MODE « ATELIER »

- ATELIER FOCUS SUR UN BESOIN PRÉCIS

- En réponse à un besoin spécifique, nous pouvons organiser des ateliers « Focus » d'une durée de 3,5h, auprès d'un public restreint.  
Voici les domaines qui peuvent faire l'objet d'un atelier,  
d'autres thèmes peuvent être traités s'ils entrent dans notre domaine de compétence

| RESEAUX SOCIAUX            |                      | WEBMARKETING          | E-MANAGEMENT-USAGES    |
|----------------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| Facebook                   | Pinterest            | Adwords               | Basecamp               |
| Outils publicitaires (Ads) | Weibo                | Analytics             | Appear-in              |
| Twitter                    | Avis et commentaires | Rédiger pour le web   | Trello                 |
| LinkedIn                   | Instagram            | Mailchimp (emailing)  | Droit à l'image        |
| Snapchat                   | Imprimantes 3D       | Référencement naturel | Android pour tablettes |



## L'équipe des formateurs

---



Philippe  
Formateur principal  
Réseaux sociaux



Clément  
Formateur principal  
Réseaux sociaux



Manon  
Formatrice  
Usages numériques



Xavier  
Formateur principal  
Usages numériques